

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**“Nâng cao chất lượng chương trình du lịch
Đà Nẵng - Huế 4 ngày 3 đêm cho khách quốc
tịch Hàn Quốc tại công ty TNHH Thương
mại và Dịch vụ Du lịch TaDi”**

Sinh viên thực hiện : Trần Phương Trà

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**“Nâng cao chất lượng chương trình du lịch
Đà Nẵng - Huế 4 ngày 3 đêm cho khách quốc
tịch Hàn Quốc tại công ty TNHH Thương mại
và Dịch vụ Du lịch TaDi”**

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Nguyễn Thị Tố Châu

Sinh viên thực hiện : Trần Phương Trà

Mã số sinh viên : 2254040094

Khóa học : 2022 - 2026

Lớp : 22DL2

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Họ và tên sinh viên: Trần Phương Trà

MSSV: 2254040094

Lớp: 22DL2

Khóa: 2022 - 2026

Ngành: Quản trị dịch vụ Du lịch và Lữ hành.

1. Tên đề tài: Nâng cao chất lượng chương trình du lịch Đà Nẵng – Huế 4 ngày 3 đêm cho khách quốc tịch Hàn Quốc tại công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ du lịch TaDi.

2. Nội dung:

Khóa luận tập trung nghiên cứu vào chất lượng dịch vụ chương trình du lịch Đà Nẵng – Huế dành cho khách du lịch Hàn Quốc. Mục tiêu của nghiên cứu là hệ thống hóa cơ sở lý luận về chất lượng chương trình du lịch, đánh giá thực trạng chất lượng chương trình du lịch và từ đó đề xuất giải pháp nhằm nâng cao chất lượng chương trình du lịch.

Phương pháp nghiên cứu gồm : (1) thu thập và phân tích tài liệu, (2) khảo sát và xử lý dữ liệu khảo sát, và (3) tổng hợp và phân tích dữ liệu.

3. Ngày giao khóa luận: 2/03/2026

4. Ngày hoàn thành khóa luận: 31/05/2026

Nội dung và yêu cầu Khóa luận tốt nghiệp đã được thông qua Bộ môn.

Đà Nẵng, ngày 31 tháng 5 năm 2026

Trưởng bộ môn
(ký ghi rõ họ tên)

Giảng viên hướng dẫn
(ký ghi rõ họ tên)

Sinh viên thực hiện
(ký ghi rõ họ tên)

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

(Dùng cho người hướng dẫn)

Họ và tên sinh viên: Trần Phương Trà

Họ và tên người hướng dẫn: Ths. Nguyễn Thị Tố Châu.

Tên đề tài: Nâng cao chất lượng chương trình du lịch Đà Nẵng – Huế 4 ngày 3 đêm cho khách quốc tịch Hàn Quốc tại công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ du lịch TaDi.

Nội dung nhận xét:

1. Tinh thần, thái độ làm việc:

.....

2. Nội dung khóa luận:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. Hình thức khóa luận:

Đồng ý cho sinh viên bảo vệ khóa luận tốt nghiệp trước hội đồng.

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2026

Người nhận xét

Ths. Nguyễn Thị Tố Châu

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG.....	i
DANH MỤC ẢNH	ii
MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài :	1
2. Mục tiêu nghiên cứu :	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu :	2
4. Phương pháp nghiên cứu :	2
5. Bố cục khóa luận :	3
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH :	4
1.1. Khái quát về hoạt động kinh doanh lữ hành :	4
1.1.1. Khái niệm về kinh doanh lữ hành:	4
1.1.2. Đặc điểm kinh doanh lữ hành :	5
1.1.3. Phân loại kinh doanh lữ hành :	6
1.2. Cơ sở lý luận về chương trình du lịch và chất lượng chương trình du lịch :	8
1.2.1. Chương trình du lịch :	8
1.2.2. Chất lượng chương trình du lịch :	19
1.3. Cơ sở lý luận về khách du lịch và khách du lịch Hàn Quốc :	25
1.3.1. Khái niệm khách du lịch :	25
1.3.2. Phân loại khách du lịch :	25
1.3.3. Đặc điểm khách du lịch Hàn Quốc :	26
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ CHẤT LƯỢNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH ĐÀ NẴNG - HUẾ 4 NGÀY 3 ĐÊM CỦA KHÁCH QUỐC TỊCH HÀN QUỐC TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ DU LỊCH TADI.....	29
2.1. Tổng quan về công ty	29
2.1.1. Giới thiệu chung về công ty.....	29
2.1.2. Cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ của từng bộ phận trong công ty:.....	30
2.1.3.. Lĩnh vực kinh doanh và quản lý :	34
2.2. Khái quát tình hình hoạt động của công ty	35
2.2.1. Các nguồn lực của doanh nghiệp :	35
2.2.2. Tình hình kinh doanh :	37
2.3. Thực trạng chất lượng chương trình du lịch Đà Nẵng - Huế 4 ngày 3 đêm tại công ty : ...	45
2.3.1. Sơ lược về chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” :	45
2.3.2. Lịch trình chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” :	46
2.3.3. Đánh giá chất lượng chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” tại công ty:.....	50
2.4. Kết quả đánh giá chương trình du lịch	54
2.5. Đánh giá chung về chất lượng chương trình du lịch Đà Nẵng - Huế :	63

2.5.1. Ưu điểm :	64
2.5.2. Nhược điểm :	65
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH ĐÀ NẴNG - HUẾ 4 NGÀY 3 ĐÊM TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ DU LỊCH TADI:	67
3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp :	67
3.1.1. Định hướng phát triển :	67
3.1.2. Mục tiêu phát triển :	67
3.2. Một số giải pháp đề xuất nhằm nâng cao chất lượng chương trình du lịch :	68
3.2.1. Điều chỉnh lịch trình du lịch :	68
3.2.2. Cải thiện chất lượng dịch vụ lưu trú :	69
3.2.3. Nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống :	69
3.2.4. Nâng cao dịch vụ vận chuyển :	70
3.2.5. Phát triển đội ngũ hướng dẫn :	71
3.2.6. Nâng cao chất lượng điểm tham quan :	72
3.2.7. Nâng cao chất lượng dịch vụ bổ sung:	73
KẾT LUẬN	73
TÀI LIỆU THAM KHẢO	-1-
PHỤ LỤC	-2-

LỜI CẢM ƠN

Trải qua 4 năm đại học không ngắn cũng không dài, em đã được học nhiều điều, nhiều cái mới được quen biết với nhiều bạn bè. Bài khóa luận hoàn thành cũng là lúc em biết được thời gian mình được là sinh viên, được đến trường không còn dài và dưới sự quan tâm, giúp đỡ quý báu từ thầy cô, gia đình và bạn bè em đã hoàn thiện được bài khóa luận này.

Qua đó, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Ban giám hiệu trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng đã tạo cho em một môi trường học rất tốt trong suốt 4 năm đại học vừa qua, cung cấp đầy đủ về các nền tảng kiến thức trong chương trình học cũng như cơ sở vật chất phục vụ cho việc học. Và em cũng xin bày tỏ lòng tri ân sâu sắc đến quý thầy cô trong khoa Du Lịch – những người không chỉ truyền đạt kiến thức chuyên môn mà còn dìu dắt, định hướng và truyền cảm hứng học tập cho em trong suốt quãng thời gian học tập. Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn đến anh Trần Tấn Điền – Giám đốc công ty đã hướng dẫn nhiệt tình trong quá trình em thực tập tại công ty và giảng viên hướng dẫn - ThS.Nguyễn Thị Tố Châu đã luôn đồng hành cùng em trong suốt quá trình làm khóa luận, sự tận tình chỉ bảo, hướng dẫn, định hướng đã giúp em hoàn thiện đề tài khóa luận này.

Em cũng xin chân thành cảm ơn ba mẹ là điểm tựa vững chắc nhất của em. Vừa là điểm tựa tinh thần vừa là điểm trụ kinh tế. Dưới sự yêu thương, hy sinh thầm lặng của ba mẹ đã khiến em yên tâm học hành. Bên cạnh đó, em cũng xin cảm ơn những người bạn đã luôn đồng hành, chia sẻ và hỗ trợ em trong suốt quá trình học tập.

Mặc dù em đã cố gắng hết sức, tuy nhiên còn hạn chế về kiến thức và kinh nghiệm, khóa luận khó tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự thông cảm và những ý kiến đóng góp quý báu từ quý thầy cô để bài khóa luận được hoàn thiện hơn.

Một lần nữa, em xin gửi lời tri ân nhất!

Sinh viên thực hiện - Trần Phương Trà

DANH MỤC BẢNG

SỐ BẢNG BIỂU	TÊN BẢNG BIỂU	SỐ TRANG
Bảng 2.1	Kết quả Nhân sự tại công ty Tadi Travel	34
Bảng 2.2	Cơ sở vật chất tại công ty Tadi Travel	36
Bảng 2.3	Thống kê lượt khách nội địa tại công ty Tadi Travel từ năm 2022 - 2024	39
Bảng 2.4	Thống kê lượt khách quốc tế tại công ty Tadi Travel từ năm 2022 - 2024	40
Bảng 2.5	Thống kê lượt khách tại công ty Tadi Travel từ năm 2022 - 2024	41
Bảng 2.6	Kết quả kinh doanh công ty Tadi Travel từ năm 2022 -2024	42
Bảng 2.7	Các tiêu chí đánh giá chất lượng chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” dành cho khách quốc tịch Hàn Quốc tại Công ty Tadi Travel.	52
Bảng 2.8	Đặc điểm về giới tính của khách hàng	54
Bảng 2.9	Đặc điểm về độ tuổi của khách hàng	55
Bảng 2.10	Đặc điểm về kênh thông tin của khách hàng	55
Bảng 2.11	Đánh giá của khách hàng về lịch trình	56
Bảng 2.12	Đánh giá của khách hàng về dịch vụ vận chuyển	57
Bảng 2.13	Đánh giá của khách hàng về dịch vụ lưu trú	58
Bảng 2.14	Đánh giá của khách hàng về dịch vụ ăn uống	59
Bảng 2.15	Đánh giá của khách hàng về điểm tham quan	60
Bảng 2.16	Đánh giá của khách hàng về hoạt động vui chơi giải trí	61
Bảng 2.17	Đánh giá của khách hàng về dịch vụ hướng dẫn	61

Bảng 2.18	Đánh giá của khách hàng về dịch vụ bổ sung	62
Bảng 2.19	Đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình	63

DANH MỤC ẢNH

SỐ HÌNH ẢNH	TÊN HÌNH ẢNH	SỐ TRANG
Hình 2.1	Logo công ty Tadi Travel.	28
Hình 2.2	Sơ đồ cơ cấu tổ chức công ty	29
Hình 2.3	Mã qr khảo sát khách hàng	54

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Hiện nay ngành du lịch Việt Nam đang trên đà phát triển rất mạnh mẽ với nhiều loại hình du lịch như du lịch khám phá, du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, ... thu hút lượng lớn khách du lịch trong và ngoài nước. Với thị trường quốc tế, nguồn khách đến từ Hàn Quốc đang là một trong những thị trường gửi khách lớn nhất của Việt Nam hiện nay. Trong những năm gần đây các tỉnh miền Trung hiện đang là điểm đến hấp dẫn nhờ sở hữu nguồn tài nguyên du lịch phong phú, cảnh quan thiên nhiên đặc sắc cùng bề dày giá trị văn hóa – lịch sử thu hút số lượng lớn du khách Hàn Quốc. Dưới lợi thế về tài nguyên thiên nhiên song các chương trình du lịch còn một số hạn chế về chất lượng dịch vụ khiến du khách chưa đạt được sự kỳ vọng như ban đầu. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với các doanh nghiệp du lịch trong việc không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Bên cạnh đó, khách du lịch Hàn Quốc họ có những nét đặc trưng về văn hóa, hành vi tiêu dùng và kỳ vọng đối với chất lượng dịch vụ, vì vậy trong xu hướng hiện nay, nhóm khách này ngày càng đề cao sự chuyên nghiệp và chất lượng tổng thể của chương trình du lịch, thay vì chỉ quan tâm đến giá cả. Họ đánh giá chất lượng chuyến đi dựa trên toàn bộ quá trình trải nghiệm. Do đó, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng chương trình du lịch là hết sức cần thiết, nhằm nhận diện rõ những điểm mạnh cần phát huy và những hạn chế cần cải thiện.

Chương trình du lịch Đà Nẵng – Huế là một trong những sản phẩm chủ lực của công ty Tadi Travel hướng đến thị trường khách Hàn Quốc. Tuy nhiên, với thị trường cạnh tranh gay gắt và nhu cầu của khách hàng ngày càng cao, việc duy trì chất lượng hiện tại là chưa đủ để tạo ra lợi thế bền vững để phát triển. Doanh nghiệp cần tiến hành các nghiên cứu cụ thể về chất lượng chương trình dựa trên các tiêu chí đánh giá rõ ràng, từ đó có cơ sở điều chỉnh, hoàn thiện và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Từ những phân tích trên, có thể thấy việc lựa chọn nghiên cứu đề tài “Nâng cao chất lượng chương trình du lịch Đà Nẵng – Huế 4 ngày 3 đêm cho khách quốc

tịch Hàn Quốc tại công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ du lịch TaDi.” là hoàn toàn phù hợp và mang ý nghĩa thực tiễn cao, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững cho doanh nghiệp.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống cơ sở lý luận về chất lượng chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” 4 ngày 3 đêm dành cho khách du lịch quốc tịch Hàn Quốc.

- Đánh giá thực trạng chất lượng chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” 4 ngày 3 đêm của công ty TaDi thông qua phản hồi của khách hàng và tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ.

- Đưa ra giải pháp nhằm nâng cao chất lượng chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” 4 ngày 3 đêm dành cho khách du lịch quốc tịch Hàn Quốc.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

✓ Đối tượng

- Khách du lịch quốc tịch Hàn Quốc đã tham gia chương trình Đà Nẵng - Huế 4N3Đ tại công ty TaDi.

✓ Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi không gian : Công ty TaDi Travel.
- Phạm vi thời gian : Các thông tin và dữ liệu thứ cấp được thu thập từ giai đoạn năm 2023 đến tháng 6 năm 2025. Các dữ liệu sơ cấp thu thập vào tháng 4 năm 2026.

4. Phương pháp nghiên cứu

✓ Phương pháp thu thập tài liệu

- Thu thập các thông tin từ các giáo trình, bài báo cáo khoa học ... liên quan đến chủ đề nghiên cứu.
- Thu thập các thông tin từ các tài liệu, báo cáo của công ty TaDi Travel.

✓ Phương pháp khảo sát và xử lý dữ liệu

- Thu thập thông tin thông qua khảo sát khách hàng.

- Xử lý thông tin để đánh giá chất lượng chương trình của khách hàng khi tham gia chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” 4 ngày 3 đêm tại công ty TaDi Travel.

✓ Phương pháp phân tích, tổng hợp

- Tiến hành phân tích các dữ liệu đã thu thập được, tổng hợp thành những vấn đề cốt lõi nhằm phục vụ định hướng giải pháp nâng cao chất lượng chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế”.

5. Bố cục khóa luận

Chương 1: Cơ sở lý luận về chất lượng chương trình du lịch.

Chương 2: Thực trạng về chất lượng chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” 4 ngày 3 đêm dành cho khách quốc tịch Hàn Quốc tại công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ du lịch TaDi.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” 4 ngày 3 đêm dành cho khách quốc tịch Hàn Quốc tại công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ du lịch TaDi.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG CHƯƠNG TRÌNH

DU LỊCH

1.1. Khái quát về hoạt động kinh doanh lữ hành

1.1.1. *Khái niệm về kinh doanh lữ hành*

Theo giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành của Nguyễn Văn Mạnh, ta có thể hiểu kinh doanh lữ hành theo hai cách tiếp cận sau :

Cách tiếp cận thứ nhất, hiểu theo nghĩa rộng thì lữ hành bao gồm tất cả các hoạt động di chuyển của con người, cũng như những hoạt động liên quan đến sự di chuyển đó. Với một phạm vi đề cập như vậy thì trong hoạt động du lịch có bao gồm yếu tố lữ hành. Nhưng không phải tất cả các hoạt động du lịch. Có thể hình dung như ở hoạt động của một Công ty hàng không, vận chuyển không chỉ khách du lịch mà bao gồm cả những đối tượng khác: học sinh, sinh viên đi thực tập, các nhà ngoại giao....Cách tiếp cận lữ hành theo nghĩa rộng cho phép nghiên cứu hoạt động lữ hành ở một phạm vi rộng lớn.

Tiếp cận theo nghĩa rộng, kinh doanh lữ hành được hiểu là doanh nghiệp đầu tư để thực hiện một, một số hoặc tất cả các công việc trong quá trình tạo ra và chuyển giao sản phẩm từ lĩnh vực sản xuất sang lĩnh vực tiêu dùng với mục đích hướng hoa hồng hoặc lợi nhuận. Kinh doanh lữ hành là có thể kinh doanh một hoặc nhiều hơn một, hoặc tất cả các dịch vụ và hàng hóa thỏa mãn hầu hết các nhu cầu thiết yếu, đặc trưng và các nhu cầu khác của khách du lịch. Ví dụ sắp xếp để tiêu thụ hoặc bán các dịch vụ vận chuyển, lưu trú, chương trình du lịch hoặc bất kì dịch vụ du lịch khác: tổ chức hoặc thực hiện các chương trình du lịch vào và ra khỏi phạm vi biên giới quốc gia, trực tiếp cung cấp hoặc chuyển giao cho thuê dịch vụ vận chuyển cho khách du lịch, trực tiếp cung cấp hoặc chuyển giao hỗ trợ môi giới các dịch vụ khá liên quan đến các các dịch vụ kể trên trong quá trình tiêu dùng của khách.

Cách tiếp cận thứ 2, tiếp cận lữ hành ở một phạm vi hẹp. Để phân biệt hoạt động kinh doanh lữ hành và các hoạt động kinh doanh du lịch khác như khách sạn, nhà hàng, vui chơi giải trí, người ta giới hạn hoạt động kinh doanh lữ hành chỉ chỉ bao gồm các hoạt động tổ chức các chương trình du lịch. Điểm xuất phát của các giới

hạn nói trên là các Công ty lữ hành thường rất chú trọng tới việc kinh doanh chương trình du lịch. Tiêu biểu cho cách tiếp cận này là định nghĩa về lữ hành trong Luật Du Lịch Việt Nam : "Lữ hành là việc xây dựng, bán, tổ chức thực hiện một hoặc toàn bộ chương trình du lịch cho khách du lịch". Có hai loại kinh doanh lữ hành sau : kinh doanh lữ hành nội địa là việc xây dựng, bán và thực hiện các chương trình cho khách du lịch nội địa và phải có đủ ba điều kiện và kinh doanh lữ hành quốc tế là việc xây dựng, bán và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch cho khách du lịch quốc tế và phải có đủ năm điều kiện. Như vậy, theo định nghĩa này, kinh doanh lữ hành ở Việt Nam được hiểu theo nghĩa hẹp và được xác định một cách rõ ràng sản phẩm của kinh doanh lữ hành là chương trình du lịch. Ngoài ra, trong Luật Du lịch 2017 còn quy định rõ kinh doanh đại lý lữ hành. "Kinh doanh đại lý lữ hành là một tổ chức, cá nhân nhận bán chương trình du lịch của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành cho khách du lịch để hưởng hoa hồng, tổ chức, cá nhân kinh doanh đại lý lữ hành không được tổ chức thực hiện các chương trình du lịch".

1.1.2. Đặc điểm kinh doanh lữ hành

Hoạt động kinh doanh lữ hành có một số đặc điểm nổi bật sau :

- Sản phẩm của ngành du lịch là những sản phẩm không tồn tại dưới dạng hữu hình như những ngành kinh doanh khác mà là dạng vô hình, bao gồm các chương trình du lịch, các dịch vụ bổ sung,..Vì vậy các doanh nghiệp cần tạo ra những sản phẩm độc đáo, thú vị cho du khách.

- Hoạt động kinh doanh lữ hành mang tính thời vụ cao do nhu cầu sử dụng của khách hàng phụ thuộc vào thời tiết, thời gian rảnh,.. vì vậy dẫn đến tình trạng biến động lớn ở lượng khách.

- Có sự cạnh tranh cao giữa các doanh nghiệp do nhu cầu đi du lịch của con người ngày càng tăng. Vì vậy đòi hỏi doanh nghiệp phải liên tục thay đổi, làm mới, nâng cao chất lượng dịch vụ để thu hút khách hàng.

- Quá trình hoạt động kinh doanh lữ hành để tạo ra sản phẩm phụ thuộc vào nhiều yếu tố như nhà cung cấp, điều kiện thời tiết,văn hóa, tài nguyên thiên nhiên,... Vì vậy, kết quả khi cho ra sản phẩm thường không đồng đều.

- Bản chất của kinh doanh lẻ hành là cung ứng các dịch vụ trực tiếp đối với khách hàng. Do đó đòi hỏi nguồn nhân lực ở loại hình kinh doanh này phải khéo léo, có sức khỏe tốt, chịu áp lực tốt để việc kinh doanh đạt hiệu quả tốt hơn.

- Quá trình sản xuất và quá trình tiêu dùng diễn ra cùng một lúc. Chỉ được thực hiện khi có khách hàng, vì vậy đòi hỏi doanh nghiệp phải lên kế hoạch cẩn thận, tính toán chi phí và giá cả hợp lý.

1.1.3. Phân loại kinh doanh lẻ hành

1.1.3.1. Phân loại kinh doanh lẻ hành theo tính chất hoạt động

Kinh doanh đại lý lẻ hành : chủ yếu là làm trung gian tiêu thụ và bán sản phẩm theo cách độc lập, riêng lẻ cho các nhà sản xuất để hưởng hoa hồng theo mức phần trăm mà đại lý bán ra. Một yêu cầu đặt ra với các đại lý lẻ hành là không được quyền làm gia tăng giá trị của sản phẩm khi chuyển giao từ lĩnh vực sản xuất sang lĩnh vực tiêu dùng du lịch mà chỉ hưởng lợi từ việc bán ra các sản phẩm của nhà sản xuất, tùy theo mức phần trăm mà các nhà cung cấp thoả thuận với đại lý. Và vì thế các nhà kinh doanh gọi đó là loại hình kinh doanh thực hiện nghĩa vụ "chuyên gia cho thuê" mà không bị chịu bất kỳ một rủi ro hay bất lợi nào, chỉ bán sản phẩm hộ nhà sản xuất và hưởng hoa hồng. Nhưng không phải ai cũng làm được đại lý lẻ hành mà các yếu tố để làm một nhà đại lý cũng cực kỳ khắt khe, một trong những thành tố quan trọng trong lĩnh vực kinh doanh này đó là phải có vị trí địa lý, hệ thống đăng ký, kỹ năng chuyên môn, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng bán hàng của đội ngũ nhân viên làm việc cho đại lý vì với lĩnh vực kinh doanh này thì kỹ năng của nhân viên chiếm 80% thành công của doanh nghiệp. Và với các doanh nghiệp chỉ làm những công việc thuần túy như thế này thì người ta gọi là các đại lý lẻ hành bán lẻ.(Phạm Hồng Chương, Nguyễn Văn Mạnh, 2009).

Kinh doanh chương trình du lịch không giống kinh doanh đại lý lẻ hành. Tại đây thực hiện hoạt động kinh doanh theo hình thức bán buôn, thực hiện sản xuất và làm gia tăng giá trị các sản phẩm đơn lẻ của nhà cung cấp để bán cho khách hàng. Tuy nhiên khi thực hiện hoạt động kinh doanh này, chủ thể phải gánh chịu nhiều rủi ro và san sẻ rủi ro với các nhà cung cấp sản phẩm khác. Những doanh nghiệp hoạt động như này gọi là công ty du lịch lẻ hành. Cơ sở của hoạt động này là liên kết các

sản phẩm mang tính chất đơn lẻ của các nhà cung cấp thành một sản phẩm mang tính chất hoàn chỉnh, trọn vẹn và bán với giá gộp cho khách hàng. Sử dụng nguồn lao động có dày dặn kinh nghiệm như chuyên gia marketing, điều hành và hướng dẫn để làm tăng giá trị sản phẩm. (Phạm Hồng Chương, Nguyễn Văn Mạnh, 2009).

Kinh doanh lữ hành tổng hợp là sự kết hợp của kinh doanh đại lý lữ hành và kinh doanh chương trình du lịch. Ở hoạt động kinh doanh này, doanh nghiệp thực hiện vừa sản xuất trực tiếp từng loại dịch vụ, vừa liên kết các dịch vụ, vừa bán buôn và bán lẻ, vừa thực hiện chương trình du lịch. Các công ty thực hiện kinh doanh lữ hành tổng hợp được gọi là công ty du lịch. (Phạm Hồng Chương, Nguyễn Văn Mạnh, 2009).

1.1.3.2. Phân loại kinh doanh lữ hành theo phương thức và phạm vi hoạt động

Kinh doanh lữ hành gửi khách bao gồm gửi khách nội địa và quốc tế. Ở đây hoạt động này chủ yếu là tổ chức thu hút khách tại những nơi có cầu du lịch lớn như vậy thì mới có thể đưa khách đến đây du lịch. Các doanh nghiệp thực hiện kinh doanh lữ hành gửi khách được gọi là Công ty gửi khách. (Phạm Hồng Chương, Nguyễn Văn Mạnh, 2009).

Kinh doanh lữ hành nhận khách bao gồm nhận khách nội địa và quốc tế. Hoạt động chính của kinh doanh này là xây dựng các chương trình du lịch, tạo mối quan hệ với các công ty gửi khách để bán và tổ chức chương trình du lịch. Thích hợp kinh doanh ở những nơi có tài nguyên du lịch đa dạng, nổi tiếng. Các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành loại này được gọi là các Công ty nhận khách. (Phạm Hồng Chương, Nguyễn Văn Mạnh, 2009).

Kinh doanh lữ hành kết hợp là sự kết hợp của hai loại hình kinh doanh gửi và nhận khách. Phù hợp với các công ty có quy mô lớn, có năng lực và tiềm năng để thực hiện các hoạt động gửi và nhận khách. Các Công ty thực hiện kinh doanh lữ hành kết hợp này được gọi là các Công ty du lịch tổng hợp. (Phạm Hồng Chương, Nguyễn Văn Mạnh, 2009).

1.1.3.3. Phân loại theo luật Việt Nam

Theo quy định của Luật Du Lịch Việt Nam (2017), kinh doanh lữ hành bao

gồm:

- Kinh doanh dịch vụ lữ hành nội địa phục vụ khách du lịch nội địa.
- Kinh doanh dịch vụ lữ hành quốc tế phục vụ khách du lịch quốc tế đến Việt Nam và khách du lịch ra nước ngoài.

1.2. Cơ sở lý luận về chương trình du lịch và chất lượng chương trình du lịch :

1.2.1. Chương trình du lịch

1.2.1.1. Khái niệm chương trình du lịch

Hiện nay chưa có định nghĩa thống nhất về chương trình du lịch, vì vậy tác giả đưa ra một số định nghĩa tiêu biểu sau :

Theo tác giả David Wright trong cuốn Tư vấn nghề nghiệp lữ hành: Chương trình du lịch là các dịch vụ trong lộ trình du lịch. Thông thường bao gồm dịch vụ giao thông, nơi ăn ở, di chuyển và tham quan ở một hoặc một số quốc gia, vùng lãnh thổ hay thành phố. Sự phục vụ này phải được đăng ký đầy đủ hoặc ký hợp đồng trước với một doanh nghiệp lữ hành và khách du lịch phải thanh toán đầy đủ trước khi các dịch vụ được thực hiện.

Theo những quy định về du lịch lữ hành trọn gói của các nước liên minh châu Âu (EU) và Hiệp hội các hãng lữ hành Vương quốc Anh trong cuốn "Kinh doanh du lịch lữ hành": Chương trình du lịch là sự kết hợp được sắp xếp từ trước của ít nhất hai trong số các dịch vụ: nơi ăn ở, các dịch vụ khác sinh ra từ dịch vụ giao thông hoặc nơi ăn ở và nó được bán với mức giá gộp và thời gian của chương trình phải nhiều hơn 24 giờ.

Theo tác giả Gagnon và Ociepka trong cuốn "Phát triển nghề lữ hành" tái bản lần thứ sáu: Chương trình du lịch là một sản phẩm lữ hành được xác định mức giá trước, khách có thể mua riêng lẻ hoặc mua theo nhóm và có thể tiêu dùng riêng lẻ hoặc tiêu dùng chung với nhau. Một chương trình du lịch có thể bao gồm và theo các mức độ chất lượng khác nhau của bất kỳ hoặc tất cả các dịch vụ vận chuyển, hàng không, đường bộ, đường sắt, đường thủy, nơi ăn ở, tham quan và vui chơi giải trí"

Theo nghị định số 27 /2001/ NĐ-CP về kinh doanh lữ hành và hướng dẫn du lịch ở Việt Nam ban hành ngày 5 tháng 6 năm 2001 định nghĩa: Chương trình du lịch là lịch trình được định trước của chuyến đi du lịch do các doanh nghiệp lữ hành tổ chức, trong đó xác định thời gian chuyến đi, nơi đến du lịch, các điểm dừng chân, dịch vụ lưu trú, vận chuyển, các dịch vụ khác và giá bán chương trình.

Theo Luật Du lịch Việt Nam 2017, tại khoản 8 Điều 3 giải thích từ ngữ: Chương trình du lịch là văn bản thể hiện lịch trình, dịch vụ và giá bán được định trước cho chuyến đi của khách du lịch từ điểm xuất phát đến điểm kết thúc chuyến đi.

Như vậy, từ những định nghĩa trên ta rút ra được những định nghĩa này đều có sự thống nhất về lịch trình, các dịch vụ và giá bán được định trước cho chuyến đi. Tuy nhiên cũng có sự khác biệt ở những khía cạnh : không nhất quán về tên gọi, cách diễn đạt và từ ngữ khác nhau, không nhất quán về giới hạn số lượng dịch vụ trong nội dung chương trình.

Trên cơ sở kế thừa của các định nghĩa đã nêu trên, tác giả Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương đưa ra định nghĩa về chương trình du lịch như sau: Chương trình du lịch là một tập hợp các dịch vụ, hàng hoá được sắp đặt trước, liên kết với nhau, để thoả mãn ít nhất hai nhu cầu khác nhau trong quá trình tiêu dùng du lịch của khách với mức giá gộp xác định trước và bán trước khi tiêu dùng của khách (Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương, 2006).

1.2.1.2. Phân loại chương trình du lịch

Chương trình du lịch là sản phẩm vô cùng phong phú và đa dạng về chủng loại, mức độ chất lượng dịch vụ từ đó cho thấy đối tượng khách tiêu dùng sản phẩm này cũng sẽ đa dạng về mong muốn và nhu cầu khác nhau. Vì vậy để kinh doanh thành công các doanh nghiệp cần phân loại chúng.

✓ Căn cứ vào nguồn gốc phát sinh

Chương trình du lịch bị động là loại chương trình khách tự tìm đến doanh nghiệp lữ hành, đưa ra yêu cầu và nguyện vọng của mình. Dựa vào cơ sở đó các doanh nghiệp thực hiện xây dựng chương trình và hai bên tiến hành thỏa thuận khi đạt được sự nhất trí sau đó thực hiện chương trình. Chương trình này ít tính mạo hiểm tuy nhiên

số lượng khách ít và doanh nghiệp bị rơi vào thế bị động

Chương trình du lịch chủ động là loại chương trình mà doanh nghiệp phải chủ động nghiên cứu thị trường, xây dựng và ấn định các ngày thực hiện, sau đó tổ chức và thực hiện chương trình. Tuy nhiên do tính mạo hiểm nên chỉ có những doanh nghiệp quy mô lớn, thị trường ổn định mới thực hiện tổ chức các chương trình chủ động.

Chương trình du lịch kết hợp là doanh nghiệp chủ động nghiên cứu thị trường, xây dựng chương trình du lịch và không ấn định ngày thực hiện. Sau khi thực hiện các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo các công ty gửi khách hoặc khách du lịch sẽ tìm đến doanh nghiệp tiến hành thỏa thuận và thực hiện chương trình. Phù hợp với thị trường không ổn định và dung lượng không lớn.

✓ Căn cứ vào mức giá

Chương trình du lịch theo mức giá trọn gói bao gồm hầu hết các dịch vụ, hàng hoá phát sinh trong quá trình thực hiện chương trình du lịch và giá của chương trình là giá trọn gói. Đây là hình thức chủ yếu của các chương trình du lịch do các Công ty lữ hành tổ chức.

Chương trình du lịch theo mức giá cơ bản chỉ bao gồm một số dịch vụ chủ yếu của chương trình du lịch với nội dung đơn giản. Hình thức này thường do các hãng hàng không bán cho khách du lịch công vụ. Giá chỉ bao gồm vé máy bay, một vài tối ngủ tại khách sạn và tiền taxi từ sân bay tới khách sạn.

Chương trình du lịch theo mức giá tự chọn với hình thức này khách du lịch có thể tùy ý lựa chọn các cấp độ chất lượng phục vụ khác nhau với các mức giá khác nhau. Cấp độ chất lượng được xây dựng trên cơ sở thứ hạng khách sạn, mức tiêu chuẩn ăn uống hoặc phương tiện vận chuyển. Khách có thể được lựa chọn từng thành phần riêng rẽ của chương trình hoặc Công ty lữ hành chỉ đề nghị lựa chọn các mức khác nhau của cả một chương trình tổng thể. Loại chương trình này đáp ứng đúng các mong muốn của từng cá nhân khách du lịch, nhưng rất khó khăn và phức tạp trong việc tổ chức thực hiện của doanh nghiệp lữ hành.

✓ Căn cứ vào mục đích của chuyến du lịch

Chương trình du lịch nghỉ ngơi, giải trí và chữa bệnh : Là loại hình kết hợp nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe. Hoạt động chủ yếu ăn uống lành mạnh, nghỉ ngơi khoa học, trải nghiệm các hoạt động tự nhiên giảm căng thẳng, tham quan các điểm du lịch nổi tiếng giàu tính nhân văn.

Chương trình du lịch theo chuyên đề (văn hóa, lịch sử, phong tục tập quán): Khách hàng mục tiêu là học sinh, sinh viên, những người yêu thích văn hóa dân tộc hoặc khách quốc tế muốn khám phá trải nghiệm. Hoạt động chủ yếu trong chương trình này là khám phá và tìm hiểu những giá trị văn hóa, các di tích lịch sử, những lễ hội dân gian,...

Chương trình du lịch công vụ MICE : Đây là loại hình kết hợp giữa du lịch và công việc. Thường được tổ chức bởi các doanh nghiệp, cơ quan nhà nước, tổ chức. Đối với loại hình này đòi hỏi doanh nghiệp tổ chức phải chuyên nghiệp, lịch trình linh hoạt, không gian tổ chức thoải mái.

Chương trình du lịch tàu thủy : Hành trình thực hiện bằng du thuyền cao cấp tận hưởng các tiện ích giải trí, nhà hàng, spa,... với mong muốn mang đến trải nghiệm sang trọng. Phù hợp với đối tượng khách có thu nhập cao, thích nghỉ dưỡng kết hợp khám phá.

Chương trình du lịch tôn giáo, tín ngưỡng : Những chương trình này sẽ đưa du khách đến các địa danh nổi tiếng về tín ngưỡng như chùa, nhà thờ, đền miếu. Thường được tổ chức vào các dịp lễ lớn như lễ Phật Đản, lễ Vu Quy,... nhằm giúp du khách được trải nghiệm và hiểu sâu về văn hóa tôn giáo, lễ nghi truyền thống.

Chương trình du lịch sinh thái : Loại hình này rất phù hợp với học sinh, sinh viên, những người yêu thích khám phá thiên nhiên. Chủ yếu tập trung vào việc khám phá thiên nhiên và tìm hiểu môi trường, nâng cao ý thức bảo vệ sinh thái.

Chương trình du lịch thể thao, khám phá và mạo hiểm : Đối tượng khách là những người thích chinh phục, thích cảm giác mạnh. Hoạt động có thể bao gồm leo núi, trekking, lặn biển, đạp xe địa hình,... Đòi hỏi du khách phải có thể lực tốt và tinh thần khám phá cao.

✓ Căn cứ theo phạm vi chuyến du lịch

Chương trình du lịch quốc tế là các chương trình trọn gói bao gồm khách sạn, vé máy bay, ăn uống,...Hoạt động ở chương trình này là đi sang một quốc gia khác để khám phá, tìm hiểu văn hóa.

Chương trình du lịch nội địa là các chương trình thiết kế cho các cư dân đi du lịch trong lãnh thổ của mình. Hoạt động nhằm đáp ứng nhu cầu trải nghiệm, nghỉ dưỡng, tham quan,...

1.2.1.3. Các yếu tố cấu thành chương trình du lịch

✓ Lịch trình

Lịch trình đóng vai trò như xương sống, định hình toàn bộ những trải nghiệm của du khách. Lịch trình vừa là bảng phân chia thời gian vừa là danh sách các điểm đến vừa là bản thiết kế giúp chuyến đi diễn ra hợp lý và hấp dẫn. Chương trình được thành công ít nhiều khi lịch trình được xây dựng một cách khoa học.

Tổ chức thời gian khi được tính toán hợp lý. Việc phân chia các khoảng thời gian rõ ràng theo giờ hay theo bữa phù hợp sẽ giúp du khách có trạng thái thoải mái và vui vẻ. Những trải nghiệm cần nhiều năng lượng nên diễn ra vào đầu ngày, còn những hoạt động nhẹ nhàng hơn như mua sắm hay thư giãn có thể bố trí vào cuối ngày để tạo sự cân bằng.

Bên cạnh đó, nếu lịch quá dày đặc sẽ khiến du khách dễ rơi vào trạng thái mệt mỏi; ngược lại, nếu quá thưa thớt lại khiến hành trình nhàm chán. Vì vậy cần cân bằng các hoạt động linh hoạt. Đồng thời việc kết hợp linh hoạt nhiều loại hình trải nghiệm như trải nghiệm văn hóa, thưởng thức ẩm thực sẽ giúp chuyến đi trở nên sinh động và đáng nhớ hơn.

Lịch trình cần có tính linh hoạt để khi những tình huống ngoài ý muốn xảy ra vẫn có phương án dự phòng để thích ứng. Đồng thời, cách sắp xếp các điểm đến nên mang tính logic, ưu tiên các địa điểm gần nhau trong cùng một khoảng thời gian nhằm tiết kiệm thời gian di chuyển và tối ưu trải nghiệm.

Ngoài các hoạt động đã lên kế hoạch, việc dành ra những khoảng thời gian tự do cũng rất cần thiết. Điều này cho phép du khách chủ động khám phá theo sở thích cá nhân, nghỉ ngơi hoặc tham gia những trải nghiệm riêng biệt ngoài chương trình.

Cuối cùng, lịch trình cần được xây dựng dựa trên đặc trưng của điểm đến cũng như yếu tố mùa vụ và các sự kiện đặc biệt. Sự linh hoạt trong điều chỉnh theo bối cảnh thực tế, kết hợp với việc đa dạng hóa trải nghiệm từ văn hóa, lịch sử đến thiên nhiên và đời sống địa phương, sẽ tạo nên một hành trình trọn vẹn và giàu giá trị.

✓ Dịch vụ ăn uống

Dịch vụ ăn uống là một yếu tố không thể thiếu trong chương trình du lịch, đây là nhu cầu thiết yếu của du khách giúp du khách có cơ hội khám phá văn hóa, con người và đời sống bản địa tại điểm đến. Khi dịch vụ ăn uống được xây dựng hợp lý có thể trở thành điểm nhấn quan trọng, để lại những dấu ấn khó quên trong lòng du khách.

Việc đa dạng hóa trải nghiệm ẩm thực là hướng tiếp cận hiệu quả trong thiết kế chương trình du lịch. Sự kết hợp giữa nhà hàng sang trọng, quán ăn địa phương, ẩm thực đường phố sẽ mang đến cho du khách góc nhìn phong phú hơn về văn hóa ẩm thực. Bên cạnh đó, yếu tố bản sắc địa phương trong ẩm thực cần được chú trọng khai thác. Việc đưa vào chương trình những món ăn đặc sản hay phong cách chế biến truyền thống không chỉ làm phong phú trải nghiệm mà còn giúp du khách hiểu sâu hơn về văn hóa của điểm đến. Những trải nghiệm ẩm thực mang tính biểu trưng như vậy thường để lại ấn tượng mạnh và khó thay thế.

An toàn và chất lượng thực phẩm luôn là yêu cầu bắt buộc. Tất cả các cơ sở cung cấp dịch vụ ăn uống cần tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn vệ sinh, đồng thời đảm bảo món ăn phù hợp với sức khỏe và khẩu vị của du khách. Đặc biệt trong các chương trình quốc tế, việc cung cấp thông tin rõ ràng về nguyên liệu và mức độ gia vị là rất cần thiết để hạn chế rủi ro không mong muốn.

Cuối cùng, việc cân đối chi phí trong dịch vụ ăn uống là yếu tố quan trọng để đảm bảo hiệu quả của chương trình. Sự kết hợp hợp lý giữa các bữa ăn cao cấp và những trải nghiệm ẩm thực bình dân nhưng đặc sắc sẽ giúp tối ưu ngân sách, đồng thời vẫn duy trì được chất lượng và sự đa dạng trong toàn bộ hành trình du lịch.

✓ Dịch vụ lưu trú

Lưu trú luôn là một trong những trụ cột quan trọng của chương trình du lịch,

góp phần định hình cảm nhận chung của du khách trong suốt hành trình. Không chỉ đơn giản là nơi nghỉ qua đêm, không gian lưu trú còn mang đến cơ hội thư giãn, tận hưởng và thậm chí trở thành điểm nhấn đáng nhớ của chuyến đi. Vì vậy, việc lựa chọn loại hình lưu trú phù hợp cần được xem xét kỹ lưỡng trên nhiều phương diện như vị trí, chất lượng dịch vụ, phong cách và mức chi phí.

Sự đa dạng trong các hình thức lưu trú chính là yếu tố giúp hành trình trở nên phong phú hơn. Tùy vào định hướng của chương trình, có thể kết hợp giữa khách sạn cao cấp, khu nghỉ dưỡng, homestay hay những mô hình độc đáo mang tính trải nghiệm cao. Mỗi lựa chọn đều mang lại một màu sắc riêng, từ sự tiện nghi sang trọng đến cảm giác gần gũi, đậm chất bản địa, góp phần tạo nên những kỷ niệm khác biệt cho du khách.

Vị trí của nơi lưu trú cũng ảnh hưởng đáng kể đến sự thuận tiện và chất lượng trải nghiệm. Những cơ sở nằm ở trung tâm thường phù hợp với nhu cầu khám phá, mua sắm, trong khi các khu nghỉ dưỡng tách biệt lại mang đến không gian yên tĩnh, lý tưởng cho việc nghỉ dưỡng. Do đó, cần cân nhắc kỹ mục tiêu chuyến đi, khoảng cách đến các điểm tham quan và thời gian di chuyển khi lựa chọn.

Bên cạnh đó, chất lượng dịch vụ là yếu tố then chốt quyết định sự hài lòng. Không chỉ dừng ở cơ sở vật chất và tiện nghi, trải nghiệm của du khách còn chịu ảnh hưởng lớn từ thái độ phục vụ và sự chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên. Tùy theo phân khúc, có thể ưu tiên những cơ sở cao cấp với dịch vụ toàn diện, hoặc lựa chọn những không gian mang tính địa phương, gần gũi nhưng vẫn đảm bảo sự thoải mái.

Xu hướng hiện nay cũng cho thấy du khách ngày càng quan tâm đến yếu tố bản sắc trong lưu trú. Những nơi thể hiện rõ nét văn hóa địa phương thông qua kiến trúc, ẩm thực hay hoạt động trải nghiệm sẽ giúp hành trình trở nên sâu sắc và ý nghĩa hơn.

✓ Dịch vụ vận chuyển

Dịch vụ vận chuyển giữ vị trí trung tâm trong việc định hình chất lượng của một chương trình du lịch. Không chỉ dừng lại ở chức năng đưa đón giữa các điểm đến, đây còn là một phần của hành trình trải nghiệm, nơi du khách có thể cảm nhận

rõ hơn về nhịp sống và văn hóa của từng vùng đất. Vì vậy, việc xây dựng phương án vận chuyển cần được tính toán kỹ lưỡng nhằm đảm bảo tính hợp lý, an toàn và mang lại những trải nghiệm đáng nhớ.

Một trong những yếu tố quan trọng là sự linh hoạt trong việc lựa chọn phương tiện. Tùy theo hành trình, doanh nghiệp có thể kết hợp nhiều hình thức di chuyển khác nhau như máy bay, ô tô, tàu hỏa hay thuyền. Thậm chí, việc đưa vào những phương tiện mang tính biểu trưng của địa phương cũng sẽ góp phần làm tăng tính độc đáo cho chuyến đi. Sự phối hợp hài hòa giữa các loại hình vận chuyển không chỉ đáp ứng nhu cầu di chuyển mà còn làm phong phú thêm trải nghiệm của du khách.

Bên cạnh đó, chất lượng và độ an toàn của phương tiện luôn là tiêu chí cần được đặt lên hàng đầu. Các phương tiện cần được kiểm tra, bảo dưỡng định kỳ và đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn kỹ thuật cần thiết. Đối với những hành trình dài, việc lựa chọn đơn vị vận chuyển uy tín, dịch vụ chuyên nghiệp sẽ giúp đảm bảo sự thoải mái, an tâm cho du khách, đồng thời góp phần nâng cao giá trị tổng thể của chương trình du lịch.

✓ Hoạt động vui chơi giải trí

Hoạt động vui chơi giải trí đóng vai trò quan trọng trong chương trình du lịch. Đây là những hoạt động nhằm mang lại niềm vui, sự thư giãn và trải nghiệm thú vị cho du khách. Các hoạt động vui chơi giải trí trong du lịch rất đa dạng, tùy thuộc vào đặc điểm của điểm đến và sở thích của du khách. Có thể kể đến một số hoạt động phổ biến như tham quan các danh lam thắng cảnh, thưởng thức ẩm thực địa phương, khám phá văn hóa bản địa, mua sắm, tham gia các trò chơi và hoạt động thể thao, thưởng thức nghệ thuật và giải trí, tắm biển, ngắm cảnh... Sự đa dạng của các hoạt động giúp đáp ứng nhu cầu giải trí của nhiều đối tượng du khách.

Để hoạt động vui chơi giải trí mang lại hiệu quả tốt, cần có sự chuẩn bị kỹ lưỡng từ phía đơn vị tổ chức tour. Họ cần lựa chọn và thiết kế các hoạt động phù hợp với đặc điểm tour, đảm bảo tính hấp dẫn, an toàn và thuận tiện cho du khách. Đồng thời, hướng dẫn viên cũng đóng vai trò quan trọng trong việc dẫn dắt và hỗ trợ du khách tham gia các hoạt động, tạo không khí vui vẻ, thân thiện. Bên cạnh những lợi ích, hoạt động vui chơi giải trí trong du lịch cũng cần chú ý một số vấn đề. Cần tránh

những hoạt động tiềm ẩn rủi ro, đảm bảo an toàn cho du khách. Đồng thời, việc tổ chức các hoạt động cũng cần tôn trọng văn hóa, phong tục địa phương, tránh gây ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường và đời sống cộng đồng. Khi cân bằng tốt các yếu tố, hoạt động vui chơi giải trí sẽ góp phần tạo nên sự hài lòng và ấn tượng tốt đẹp cho du khách.

✓ Dịch vụ hướng dẫn

Dịch vụ hướng dẫn viên giữ vai trò đặc biệt quan trọng trong việc nâng cao chất lượng và tạo dấu ấn riêng cho mỗi chương trình du lịch. Hướng dẫn viên không chỉ là người dẫn đoàn hay cung cấp thông tin đơn thuần, mà còn là cầu nối văn hóa, người điều phối hành trình và đôi khi chính là nhân tố tạo nên những trải nghiệm đáng nhớ cho du khách. Trong bối cảnh ngành du lịch ngày càng cạnh tranh, yêu cầu về chất lượng dịch vụ ngày càng cao, vai trò của hướng dẫn viên càng trở nên nổi bật trong việc mang đến những hành trình giàu tính trải nghiệm và mang dấu ấn cá nhân.

Trước hết, một hướng dẫn viên chuyên nghiệp cần có nền tảng kiến thức vững vàng cùng khả năng truyền đạt hiệu quả. Sự am hiểu về lịch sử, văn hóa, địa lý và các điểm đến là điều kiện cần thiết, nhưng quan trọng hơn là cách họ biến những thông tin đó trở nên sinh động và dễ tiếp nhận. Thông qua cách kể chuyện hấp dẫn, liên hệ thực tế và tạo sự kết nối giữa các nền văn hóa, hướng dẫn viên giúp du khách không chỉ nghe mà còn cảm nhận được điểm đến một cách sâu sắc hơn.

Bên cạnh đó, kỹ năng quản lý đoàn và xử lý tình huống cũng là yếu tố không thể thiếu. Hướng dẫn viên cần đảm bảo lịch trình diễn ra suôn sẻ, đồng thời linh hoạt điều chỉnh khi có những thay đổi phát sinh như thời tiết, giao thông hay vấn đề sức khỏe của du khách. Việc sắp xếp thời gian hợp lý giữa tham quan, nghỉ ngơi và trải nghiệm cũng đòi hỏi sự nhạy bén và kinh nghiệm, đặc biệt trong các hành trình đông người hoặc có nhiều điểm dừng.

Ngoài vai trò tổ chức, hướng dẫn viên còn góp phần giúp du khách hiểu rõ hơn về phong tục, tập quán và những giá trị văn hóa địa phương, từ đó hình thành thái độ tôn trọng và ứng xử phù hợp. Đồng thời, họ cũng có thể định hướng du khách theo xu hướng du lịch có trách nhiệm, góp phần bảo vệ môi trường và phát triển du lịch bền vững.

Cuối cùng, kỹ năng giao tiếp và xây dựng mối quan hệ chính là yếu tố tạo nên sự khác biệt của một hướng dẫn viên giỏi. Khả năng tương tác tốt với du khách, đối tác dịch vụ cùng thái độ thân thiện, tích cực sẽ góp phần tạo nên bầu không khí thoải mái trong suốt chuyến đi. Không chỉ vậy, việc xử lý khéo léo các tình huống phát sinh hay mâu thuẫn trong đoàn cũng là yếu tố quan trọng giúp đảm bảo sự hài lòng chung và nâng cao chất lượng trải nghiệm du lịch.

✓ Điểm tham quan

Điểm tham quan được xem là thành tố cốt lõi trong bất kỳ chương trình du lịch nào, bởi đây chính là yếu tố tạo nên sức hút ban đầu và quyết định phần lớn trải nghiệm của du khách. Việc sắp xếp và kết hợp hợp lý các điểm đến không chỉ giúp chuyến đi trở nên hấp dẫn hơn mà còn góp phần nâng cao chất lượng của toàn bộ chương trình.

Một chương trình du lịch hiệu quả thường hướng đến sự phong phú và khác biệt trong hệ thống điểm tham quan. Sự kết hợp giữa các loại hình như di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, bảo tàng, khu vui chơi hay không gian văn hóa hiện đại sẽ giúp đáp ứng đa dạng nhu cầu của nhiều đối tượng khách. Bên cạnh đó, giá trị văn hóa, lịch sử và cảnh quan tự nhiên của điểm tham quan cũng là yếu tố quan trọng cần được ưu tiên. Những địa danh mang tính biểu tượng, có giá trị nổi bật thường tạo được ấn tượng mạnh và thu hút đông đảo du khách. Các di sản được công nhận, công trình kiến trúc đặc sắc hay những khu vực thiên nhiên độc đáo đều góp phần nâng tầm giá trị của điểm đến.

Khả năng tiếp cận và chất lượng cơ sở hạ tầng tại điểm tham quan cũng ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm thực tế. Hệ thống giao thông thuận tiện, cùng với các tiện ích như khu nghỉ chân, nhà vệ sinh hay dịch vụ hỗ trợ đầy đủ sẽ giúp du khách cảm thấy thoải mái hơn trong quá trình tham quan. Ngược lại, nếu thiếu những yếu tố này, dù điểm đến có hấp dẫn đến đâu cũng khó mang lại trải nghiệm trọn vẹn.

Ngoài ra, các hoạt động trải nghiệm tại điểm tham quan cũng góp phần làm tăng sức hút cho chương trình du lịch. Những hoạt động như tham quan có hướng dẫn, trải nghiệm văn hóa, tương tác trực tiếp với đời sống địa phương sẽ giúp du khách không chỉ quan sát mà còn thực sự tham gia vào không gian văn hóa đó, từ đó

tạo nên những kỷ niệm sâu sắc hơn.

Tóm lại, việc lựa chọn và kết hợp điểm tham quan trong xây dựng chương trình du lịch cần được thực hiện một cách cẩn trọng và có chiến lược. Sự hiểu biết về thị trường, nhu cầu khách hàng cùng với khả năng sáng tạo trong thiết kế hành trình sẽ là yếu tố quyết định để tạo nên những chuyến đi hấp dẫn, khác biệt và giàu trải nghiệm.

✓ Dịch vụ bổ sung

Dịch vụ bổ sung trong chương trình du lịch là những yếu tố đi kèm nhưng lại có vai trò quan trọng trong việc hoàn thiện và nâng cao chất lượng trải nghiệm của du khách. Dù không phải phần cốt lõi của tour, các dịch vụ này lại góp phần tạo nên sự khác biệt rõ rệt, giúp hành trình trở nên thuận tiện, trọn vẹn và giàu cảm xúc hơn. Nhóm dịch vụ này có thể bao gồm bảo hiểm du lịch, đưa đón sân bay, hỗ trợ thủ tục visa hay các hoạt động lựa chọn thêm theo nhu cầu của khách hàng.

Trong đó, bảo hiểm du lịch được xem là một trong những dịch vụ thiết yếu, mang lại sự an tâm trong suốt hành trình. Trước những rủi ro có thể phát sinh như vấn đề sức khỏe, tai nạn hay thay đổi lịch trình, bảo hiểm đóng vai trò như một lớp bảo vệ cần thiết. Các gói bảo hiểm thường bao gồm chi phí y tế, mất hành lý, hủy chuyến hoặc hỗ trợ khẩn cấp, qua đó thể hiện sự chuyên nghiệp và trách nhiệm của doanh nghiệp lữ hành đối với khách hàng.

Bên cạnh đó, dịch vụ đưa đón sân bay cũng góp phần tạo ấn tượng ngay từ những thời điểm đầu và cuối chuyến đi. Việc được hỗ trợ đón tiếp, sắp xếp hành lý và di chuyển thuận tiện giúp du khách giảm bớt căng thẳng sau hành trình bay, đồng thời mang lại cảm giác được chăm sóc chu đáo. Đây là chi tiết nhỏ nhưng có tác động lớn đến cảm nhận tổng thể về chất lượng dịch vụ.

Hỗ trợ thủ tục visa cũng là một dịch vụ mang lại giá trị đáng kể. Khi quy trình xin visa phức tạp, việc được hướng dẫn, hỗ trợ chuẩn bị hồ sơ hoặc đặt lịch làm thủ tục sẽ giúp du khách tiết kiệm thời gian và giảm bớt áp lực. Điều này không chỉ nâng cao trải nghiệm ngay từ giai đoạn chuẩn bị mà còn giúp doanh nghiệp tạo lợi thế cạnh tranh rõ rệt.

Ngoài ra, các dịch vụ hỗ trợ đặc biệt ngày càng được quan tâm nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của từng nhóm khách hàng. Từ hỗ trợ người khuyết tật, dịch vụ cho gia đình có trẻ nhỏ đến các tiện ích dành cho khách cao cấp, tất cả đều góp phần mang lại sự linh hoạt và cá nhân hóa trong trải nghiệm du lịch. Điều này thể hiện sự chuyên nghiệp và tính bao quát trong cách tổ chức dịch vụ.

Cuối cùng, dịch vụ chăm sóc khách hàng sau chuyến đi đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì mối quan hệ lâu dài. Những hoạt động như gửi lời cảm ơn, thu thập phản hồi hay chia sẻ hình ảnh chuyến đi không chỉ giúp cải thiện chất lượng dịch vụ mà còn tạo nền tảng cho sự gắn kết và phát triển khách hàng trung thành trong tương lai.

1.2.2. Chất lượng chương trình du lịch

1.2.2.1. Khái niệm chất lượng chương trình du lịch

Theo giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành của Nguyễn Văn Mạnh (2009) đưa ra :

Trên quan điểm của nhà sản xuất (doanh nghiệp lữ hành) : “Chất lượng chương trình du lịch chính là mức độ phù hợp của những đặc điểm thiết kế so với chức năng và phương thức sử dụng chương trình và cũng là mức độ mà chương trình thực sự đạt được so với thiết kế ban đầu của nó.”

Trên quan điểm của người tiêu dùng (khách du lịch): “Chất lượng chương trình du lịch là mức phù hợp của nó đối với yêu cầu của người tiêu dùng du lịch hoặc chất lượng chương trình du lịch là mức thỏa mãn của chương trình du lịch nhất định đối với một động cơ đi du lịch cụ thể, là sự thể hiện mức độ hài lòng của khách khi tham gia vào chuyến đi của một chương trình du lịch nào đó.”

1.2.2.2. Tiêu chí đánh giá chất lượng chương trình

✓ Chất lượng lịch trình

Lịch trình đóng vai trò cốt lõi trong việc hình thành và tổ chức một chương trình du lịch. Đây là yếu tố quyết định các điểm tham quan, thời lượng chuyến đi cũng như những hoạt động mà du khách sẽ tham gia. Khi lịch trình được xây dựng khoa

học, hợp lý và phù hợp với nhu cầu của khách hàng không chỉ nâng cao trải nghiệm du lịch mà còn tạo nên sức hấp dẫn riêng cho chương trình. Vì vậy, doanh nghiệp lữ hành cần nghiên cứu kỹ đặc điểm điểm đến, xu hướng thị trường và nhu cầu của từng nhóm khách để thiết kế lịch trình hiệu quả. Bên cạnh đó, sự linh hoạt trong quá trình xây dựng và điều chỉnh lịch trình cũng là yếu tố cần thiết nhằm đáp ứng tốt hơn những thay đổi của thị trường du lịch. Lịch trình được thể hiện qua:

- Lịch trình được sắp xếp khoa học, tiết kiệm thời gian và quãng đường đi chuyển.

- Lịch trình có sự kết hợp hài hòa giữa các hoạt động tham quan, vui chơi giải trí, nghỉ ngơi và thời gian tự do.

- Lịch trình phân bổ thời gian hợp lý cho du khách tham quan, khám phá các điểm đến và trải nghiệm những nét trưng của địa phương.

- Lịch trình được thực hiện đúng như cam kết giữa hai bên.

✓ Chất lượng dịch vụ vận chuyển

Dịch vụ vận chuyển là một mắt xích then chốt trong chương trình du lịch, tác động trực tiếp đến cảm nhận du khách. Phương tiện di chuyển không chỉ đơn thuần là công cụ đưa đón mà còn giống như một không gian sinh hoạt tạm thời, nơi du khách gắn bó trong suốt hành trình. Do đó, chất lượng phương tiện và dịch vụ đi kèm cần được chú trọng hàng đầu.

Để đảm bảo trải nghiệm trọn vẹn, các phương tiện cần đáp ứng những yêu cầu cơ bản như an toàn, tiện nghi, sạch sẽ và được trang bị hiện đại. Tùy theo đặc điểm tour và đối tượng khách, doanh nghiệp có thể linh hoạt lựa chọn các hình thức di chuyển phù hợp như máy bay, tàu hỏa, ô tô hay tàu thủy, nhằm tối ưu sự thuận tiện và thoải mái cho hành khách.

Ngoài ra, việc xây dựng lịch trình di chuyển khoa học cũng đóng vai trò quan trọng không kém. Thời gian di chuyển cần được phân bổ hợp lý để hạn chế sự mệt mỏi, đồng thời vẫn tạo điều kiện cho du khách nghỉ ngơi và thưởng ngoạn cảnh quan dọc đường. Sự chính xác về thời gian và tính liên tục của hành trình cũng là yếu tố góp phần nâng cao chất lượng chuyến đi và để lại ấn tượng tích cực cho du khách.

Dịch vụ vận chuyển được thể hiện qua:

- Xe luôn sạch sẽ, tạo sự thoải mái cho khách hàng.
- Xe luôn đến đúng giờ và tuân thủ lịch trình.
- Xe được trang bị đầy đủ tiện nghi (như điều hòa, ghế ngồi thoải mái, wifi).
- Đội ngũ tài xế thân thiện, có kỹ năng lái xe tốt.

✓ **Chất lượng dịch vụ lưu trú**

Dịch vụ lưu trú đóng vai trò quan trọng trong việc mang lại không gian nghỉ ngơi thoải mái, giúp du khách phục hồi năng lượng sau hành trình khám phá. Đây cũng là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận chung và mức độ hài lòng của khách đối với toàn bộ chuyến đi. Vì vậy, các cơ sở lưu trú cần đảm bảo đầy đủ tiêu chuẩn về an toàn, vệ sinh, tiện nghi cũng như chất lượng phục vụ.

Tùy theo đặc điểm điểm đến và định hướng của chương trình, doanh nghiệp có thể linh hoạt lựa chọn nhiều loại hình lưu trú như khách sạn, khu nghỉ dưỡng, homestay hay cắm trại. Dù ở hình thức nào, không gian lưu trú cũng cần được duy trì sạch sẽ, thoáng đãng, trang bị đầy đủ tiện ích hiện đại nhằm mang lại sự tiện nghi tối đa cho du khách. Bên cạnh đó, đội ngũ nhân viên phục vụ cần thể hiện sự chuyên nghiệp, tận tâm và luôn sẵn sàng hỗ trợ khi cần thiết.

Ngoài chất lượng dịch vụ, vị trí của nơi lưu trú cũng là yếu tố đáng cân nhắc. Những địa điểm nằm gần khu tham quan, mua sắm hoặc giải trí sẽ giúp du khách thuận tiện di chuyển, tiết kiệm thời gian và nâng cao trải nghiệm trong suốt chuyến đi.

- Khách sạn đáp ứng tiêu chuẩn vệ sinh.
- Phòng nghỉ được trang bị đầy đủ tiện nghi.
- Vị trí của khách sạn thuận tiện cho việc di chuyển và tham quan.
- Nhân viên khách sạn luôn thân thiện và sẵn sàng hỗ trợ khách.

✓ **Chất lượng dịch vụ ăn uống**

Dịch vụ ăn uống là một thành phần không thể thiếu trong bất kỳ chương trình

du lịch nào, vừa đáp ứng nhu cầu dinh dưỡng, vừa góp phần giới thiệu nét đặc sắc trong văn hóa địa phương. Việc lựa chọn nhà hàng cần chú trọng đến không gian thoáng đãng, bố trí hợp lý và phù hợp với nhiều nhóm khách khác nhau, nhằm tạo cảm giác thoải mái trong suốt bữa ăn.

Chất lượng món ăn cũng là yếu tố then chốt, đòi hỏi nguyên liệu phải tươi ngon, cách chế biến đảm bảo và hình thức trình bày hấp dẫn. Thực đơn nên phong phú, linh hoạt để có thể điều chỉnh theo khẩu vị và nhu cầu riêng của du khách. Bên cạnh đó, đội ngũ phục vụ cần chuyên nghiệp, thân thiện, có kỹ năng giao tiếp tốt và đảm bảo phục vụ đúng giờ, tránh ảnh hưởng đến toàn bộ lịch trình.

Ngoài ra, nhà hàng phải tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, nhằm bảo vệ sức khỏe cho du khách và góp phần giữ vững uy tín cho đơn vị tổ chức.

Dịch vụ ăn uống được thể hiện qua:

- Các nhà hàng/quán ăn có không gian tốt, sạch sẽ.
- Thực đơn trong chương trình du lịch có sự đa dạng, phù hợp với khẩu vị của đa số khách hàng..
- Nhân viên nhà hàng/quán ăn luôn thân thiện và sẵn sàng hỗ trợ khách hàng.
- Khách hàng được trải nghiệm những món ăn đặc trưng, nổi tiếng của địa phương.
- ✓ Chất lượng hoạt động vui chơi giải trí

Hoạt động vui chơi, giải trí là một phần không thể thiếu trong mỗi chương trình du lịch, mang lại sự thư giãn, niềm vui và trải nghiệm thú vị cho du khách. Sự đa dạng của các hoạt động như thể thao dưới nước, thể thao mạo hiểm, hoạt động văn hóa nghệ thuật... giúp đáp ứng nhu cầu và sở thích khác nhau của du khách. Tuy nhiên, chất lượng và tính an toàn của các hoạt động cần được đặt lên hàng đầu. Doanh nghiệp lữ hành cần lựa chọn đối tác uy tín, đảm bảo trang thiết bị đạt tiêu chuẩn và có đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp để mang lại trải nghiệm tuyệt vời và an toàn cho du khách.

Bên cạnh đó, các hoạt động vui chơi, giải trí nên gắn kết với đặc điểm văn hóa, tự nhiên của điểm đến để tạo nên sự khác biệt và ấn tượng riêng cho chương trình du lịch. Việc sắp xếp các hoạt động trong lịch trình cũng cần được cân nhắc kỹ lưỡng, đảm bảo sự cân bằng và phù hợp với nhịp điệu của từng ngày, tránh gây quá tải hay nhàm chán cho du khách. Như vậy, hoạt động vui chơi, giải trí góp phần tạo nên trải nghiệm đa dạng, thú vị và đáng nhớ cho du khách.

Hoạt động vui chơi, giải trí được thể hiện qua:

- Các hoạt động vui chơi, giải trí đa dạng và phù hợp với khách hàng.
- Các hoạt động vui chơi, giải trí mang tính độc đáo, tạo sự hứng thú cho khách hàng.
- Các hoạt động vui chơi, giải trí được tổ chức an toàn và chuyên nghiệp.
- Các hoạt động vui chơi, giải trí có tính tương tác cao, mang lại trải nghiệm thú vị.

✓ **Chất lượng dịch vụ hướng dẫn**

Dịch vụ hướng dẫn du lịch giữ vai trò như một chiếc cầu nối giúp gắn kết du khách với điểm đến. Hướng dẫn viên không chỉ truyền tải những thông tin hữu ích về lịch sử, văn hóa hay đặc điểm địa lý, mà còn là người đồng hành đáng tin cậy, luôn sẵn sàng hỗ trợ và giải đáp các thắc mắc trong suốt hành trình. Khi sở hữu kiến thức vững vàng cùng kỹ năng giao tiếp tốt, một hướng dẫn viên chuyên nghiệp sẽ giúp du khách cảm nhận điểm đến sâu sắc hơn, qua đó nâng cao trải nghiệm và để lại những ấn tượng tích cực về chuyến đi.

Dịch vụ hướng dẫn được thể hiện qua:

- Hướng dẫn viên có kiến thức chuyên sâu về các điểm đến trong chuyến đi.
- Hướng dẫn viên có ngoại hình, tác phong gọn gàng.
- Hướng dẫn viên luôn nhiệt tình, thân thiện và sẵn sàng hỗ trợ du khách.
- Hướng dẫn viên giao tiếp rõ ràng, dễ hiểu và truyền đạt thông tin thú vị về các điểm du lịch.

- Hướng dẫn viên xử lý tốt các tình huống phát sinh trong chuyến đi.

✓ **Chất lượng điểm tham quan**

Trong một chương trình du lịch, điểm tham quan chính là yếu tố then chốt quyết định sức hút và giá trị trải nghiệm. Những địa danh đặc sắc, mới lạ thường là lý do quan trọng khiến du khách lựa chọn một hành trình cụ thể. Vì vậy, việc xây dựng danh sách điểm đến cần được đầu tư kỹ lưỡng, đảm bảo sự hài hòa giữa tính đa dạng và khả năng phản ánh rõ nét bản sắc văn hóa, lịch sử cũng như thiên nhiên của vùng đất.

Điểm tham quan được thể hiện qua:

- Các điểm tham quan đa dạng (danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử, làng nghề truyền thống,...) có giá trị lịch sử cao.

- Cơ sở hạ tầng tại các điểm tham quan (như nhà vệ sinh, chỗ nghỉ chân) tiện lợi và sạch sẽ.

- Các điểm tham quan đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách.

- Nhân viên/cộng đồng dân cư tại các điểm tham quan thân thiện, hiếu khách.

✓ **Chất lượng dịch vụ bổ sung**

Dù không giữ vai trò chủ đạo trong chương trình du lịch, các tiện ích đi kèm như spa, massage, giặt là,... vẫn góp phần đáng kể trong việc nâng tầm trải nghiệm của du khách. Những dịch vụ này giúp chuyến đi trở nên sinh động hơn, đồng thời đáp ứng tốt nhu cầu riêng biệt của từng cá nhân. Nếu được đầu tư bài bản về chất lượng và xây dựng mức giá hợp lý, đây sẽ là điểm cộng giúp doanh nghiệp tạo sự khác biệt trên thị trường.

Dịch vụ bổ sung được thể hiện qua:

- Công ty du lịch cung cấp danh sách phong phú các hoạt động tùy chọn cho khách lựa chọn.

- Nhân viên phục vụ các dịch vụ thân thiện, nhiệt tình.

- Chất lượng các dịch vụ đáp ứng được kỳ vọng của khách.

1.2.2.3. Phương pháp đánh giá chất lượng chương trình du lịch

Để đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình du lịch, có thể áp dụng các phương pháp sau :

✓ Phương pháp đánh giá từ nội bộ doanh nghiệp lữ hành

Phương pháp này được thực hiện qua quá trình tự đánh giá nội bộ. Doanh nghiệp sẽ căn cứ vào các dịch vụ đã cung cấp cho khách hàng từ đó thiết lập hệ thống kiểm tra chất lượng mức độ đáp ứng yêu cầu của từng yếu tố dịch vụ.

✓ Phương pháp đánh giá từ khách du lịch

Phương pháp này tập trung vào việc thu thập và phân tích thông tin từ góc nhìn của khách hàng đã trực tiếp trải nghiệm dịch vụ. Tại phương pháp này kỹ thuật sử dụng nhiều nhất là khảo sát bằng bảng hỏi, điều này sẽ giúp doanh nghiệp tiếp cận được lượng lớn khách hàng mà tốn rất ít chi phí.

1.3. Cơ sở lý luận về khách du lịch và khách du lịch Hàn Quốc

1.3.1. Khái niệm khách du lịch

Theo Luật du lịch Việt Nam giải thích "khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc để nhận thu nhập ở nơi đến". Trong luật cũng quy định "khách du lịch bao gồm khách du lịch nội địa, khách du lịch quốc tế đến Việt Nam và khách du lịch ra nước ngoài".

"Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam, người nước ngoài cư trú ở Việt Nam đi du lịch trong lãnh thổ Việt Nam". "Khách du lịch quốc tế đến Việt Nam là người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch". "Khách du lịch ra nước ngoài là công dân Việt Nam và người nước ngoài cư trú ở Việt Nam đi du lịch nước ngoài" (Luật Du lịch 2017, các khoản 1,2,3 và 4 Điều 10).

1.3.2. Phân loại khách du lịch

Theo Điều 10 Luật Du Lịch 2017 khách du lịch được chia thành ba loại là khách du lịch nội địa, khách du lịch quốc tế đến Việt Nam và khách du lịch ra nước

ngoài.

Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam, người nước ngoài cư trú ở Việt Nam đi du lịch trong lãnh thổ Việt Nam : khách du lịch nội địa bao gồm là công dân Việt Nam và người nước ngoài đang sinh sống liên tục tại Việt Nam trên một năm..

Khách du lịch ra nước ngoài là công dân Việt Nam và người nước ngoài cư trú ở Việt Nam đi du lịch nước ngoài : là người đang sinh sống ở Việt Nam và người nước ngoài cư trú ở Việt Nam đượcq một năm trở lên tính từ khi họ nhập cảnh vào Việt Nam.

Khách du lịch quốc tế đến Việt Nam là người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch bao gồm người Việt Nam ra nước ngoài sinh sống trên một năm liên tục và người nước ngoài khác khi vào Việt Nam du lịch đều được thống kê là khách du lịch quốc tế của Du lịch Việt Nam

1.3.3. Đặc điểm khách du lịch Hàn Quốc

Khách du lịch Hàn Quốc hiện nay đang là thị trường khách quốc tế lớn nhất đến Việt Nam xếp sau Trung Quốc. Với nền kinh tế phát triển, đời sống chính trị ổn định, người dân Hàn Quốc rất thích đi du lịch để tìm hiểu những điều mới. Một số đặc điểm về khách du lịch Hàn Quốc :

Tính cách và lối sống của người Hàn Quốc : Đối với người Hàn họ coi trọng sự sạch sẽ và ngăn nắp vì vậy họ có yêu cầu cao về sự sạch sẽ tại các điểm du lịch họ đến. Việc tạo ấn tượng lần đầu tiên cũng vô cùng quan trọng, việc xây dựng ấn tượng tốt ở hình thức cũng như cách cư xử sẽ khiến việc giải quyết các vấn đề trở nên dễ dàng và ngược lại khi có ấn tượng lần đầu không tốt sẽ rất khó sửa trong mắt người Hàn. Họ rất coi trọng giáo dục, cha mẹ sẵn sàng tạo điều kiện tốt nhất để cho con cái học tập và hiện nay Hàn Quốc là một trong những quốc gia có tỉ lệ biết đọc, biết viết cao. Người dân Hàn Quốc sống lạc quan, rất dễ gần, giao tiếp thoải mái và cởi mở, họ giống với con người Việt Nam luôn coi trọng đạo lý, kính trọng người lớn, coi trọng chữ hiếu. Khách du lịch Hàn Quốc thích các loại hình du lịch biển, nghỉ ngơi, tìm hiểu văn hóa và thích chơi các môn thể thao,...thông thường họ sẽ có xu hướng đến các địa điểm như chùa, các lễ hội truyền thống, thưởng thức các loại hình nghệ

thuật và các sản phẩm truyền thống thủ công.

Văn hóa giao tiếp của người Hàn Quốc rất được coi trọng. Họ không thích thể hiện tình cảm, cảm xúc thái quá. Trong xưng hô, họ luôn từ tốn và thường sử dụng kính ngữ, đề cập bản thân ở vị trí thấp đó là sự tinh tế in sâu vào tiềm thức con người ở xứ sở kim chi này. Một số lưu ý khi giao tiếp với người Hàn Quốc là : không nhìn chằm chằm vào người khác, không đụng chạm vào người khác trừ tay, không gọi tên người khác trừ khi họ cho phép, không khua tay múa chân khi nói chuyện... Người Hàn Quốc có cách chào rất đặc biệt, đầu tiên đứng im tại chỗ sau đó cúi gập lưng, gập càng thấp thì càng tỏ ra cung kính và gập đến khi người kia đi thì thôi hoặc gật đầu nhẹ thể hiện sự kính trọng của mình đối với người lớn tuổi, người có địa vị cao hơn mình.

Hàn Quốc là quốc gia duy nhất trên thế giới chỉ có một dân tộc và sử dụng cùng một ngôn ngữ, chữ viết gọi là Hangeul xây dựng năm 1446. Vì vậy, chỉ cần học tiếng Hàn thì bạn có thể giao tiếp tại bất cứ nơi đâu trên lãnh thổ Hàn Quốc. Ngay cả ở các hòn đảo thuộc Hàn Quốc thì người dân vẫn sử dụng tiếng Hàn là thứ tiếng duy nhất.

Với khí hậu mát mẻ quanh năm, Hàn Quốc có văn hóa ẩm thực phong phú, nổi bật ở mỗi món ăn đều mang nét đặc trưng của từng vùng miền. Nguyên liệu nấu ăn rất đa dạng như sâm nâm, rong biển, các loại rễ cây,...Do vậy cách chế biến các món ăn cũng rất tinh tế và công phu có sự cân bằng giữa các vị cay, chua, mặn và đắng tạo nên nét đặc trưng trong hương vị. Đặc biệt người Hàn Quốc rất thích ăn cay nên ớt là gia vị không thể thiếu trong bữa ăn. Nói đến ẩm thực Hàn Quốc thì không thể bỏ qua món Kim Chi trứ danh. Đây là món ăn kèm nhưng không thể thiếu trong bữa ăn của người Hàn. Các món ăn bạn không thể bỏ qua khi đến Hàn Quốc có thể kể đến như Bulgogi (thịt bò nướng tẩm gia vị), galbi (sườn nướng tẩm gia vị), bibimbap (cơm trộn), kimbap (cơm cuộn) và naengmyeon (mì lạnh) và nhiều món ăn kèm gọi là banchan. Ẩm thực đường phố của Hàn Quốc cũng rất nổi tiếng. Một số món ăn đường phố nổi tiếng có thể kể đến như tokbokki (bánh gạo và bánh cá), khoai tây chiên, Soondae,...

Khách Hàn Quốc họ rất chú trọng đến sự tiện lợi, có xu hướng sử dụng các dịch vụ công cộng và dịch vụ thanh toán điện tử thuận lợi. Những trải nghiệm du lịch

dễ dàng từ di chuyển đến đặt dịch vụ sẽ được họ đánh giá cao từ đó góp phần vào sự hài lòng của người Hàn. Dưới nền kinh tế phát triển dẫn đến thu nhập bình quân đầu người cao do đó người Hàn Quốc có khả năng chi trả rất cao, vì vậy họ thường lựa chọn các dịch vụ từ khá trở lên đồng thời họ cũng thích mua sắm các sản phẩm thủ công, đặc sản địa phương.

Khách Hàn cũng rất quan tâm đến sự an toàn khi đi du lịch từ chất lượng dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú và các vấn đề y tế khẩn cấp khác. Ưu tiên các địa điểm có môi trường sạch sẽ, cảnh quan tự nhiên đẹp, không khí trong lành tránh những khu vực đông đúc

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ CHẤT LƯỢNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH ĐÀ NẴNG - HUẾ 4 NGÀY 3 ĐÊM CỦA KHÁCH QUỐC TỊCH HÀN QUỐC TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ DU LỊCH TADI

2.1. Tổng quan về công ty

2.1.1. Giới thiệu chung về công ty

Công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ du lịch TaDi (TaDi Travel) được thành lập năm 2021 với sự góp vốn của 3 cổ đông sáng lập, vốn điều lệ 10 tỷ đồng.

- Tên đầy đủ : Công ty TNHH Thương mại & Dịch vụ du lịch TaDi.

- Trụ sở chính đặt tại : 04 An Nhơn 3, Phường An Hải Bắc, Quận Sơn Trà, Thành phố Đà Nẵng, Việt Nam.

- Mã số thuế : 0402083454.



(Nguồn: Giám đốc điều hành công ty Tadi Travel)

Hình 2.1. Logo công ty Tadi Travel.

“ Logo công ty là hình ảnh Sao La – loài thú quý hiếm trong Sách Đỏ – đứng trên quả địa cầu, biểu trưng cho sự kết nối giữa con người và thiên nhiên, đồng thời khẳng định sứ mệnh bảo vệ rừng xanh, giữ gìn hệ sinh thái và chung tay ngăn chặn nguy cơ tuyệt chủng của loài Sao La. Lấy màu xanh núi rừng tự nhiên làm chủ đạo, TaDi cam kết đồng hành cùng du khách trên mỗi chuyến đi, để mỗi bước chân không chỉ là trải nghiệm mà còn là hành động thiết thực vì một hành tinh xanh.”

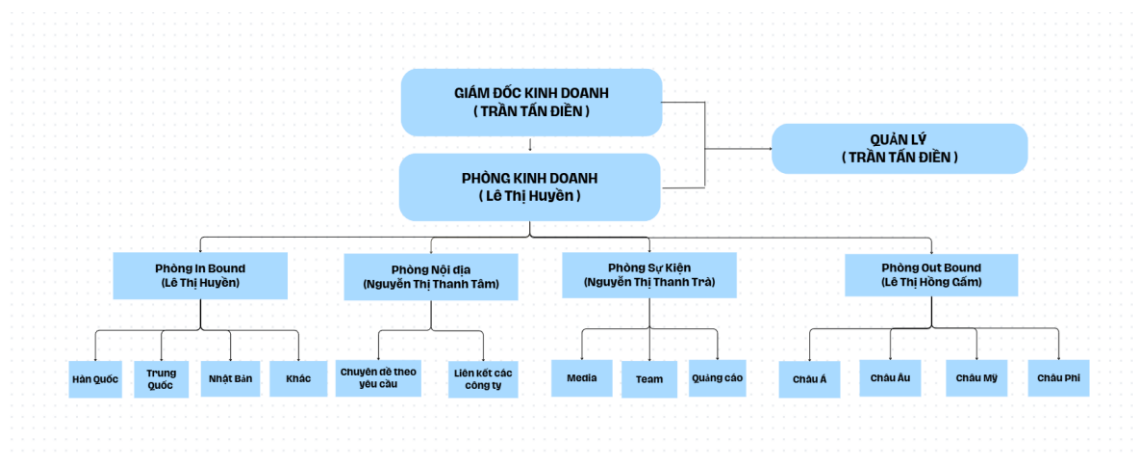
Với slogan “Vòng quanh thế giới”, TaDi không chỉ mở ra những hành trình du lịch độc đáo mà còn lan tỏa thông điệp bảo tồn môi trường. TaDi Travel hiện có 20 nhân sự trẻ trung, nhiệt huyết và giàu kinh nghiệm trong ngành du lịch – sự kiện.

Công ty hoạt động theo mô hình tổ chức chuyên nghiệp, gồm các khối kinh doanh chính :

- Kinh doanh du lịch lữ hành nội địa và quốc tế.
- Tổ chức sự kiện, quảng cáo thương mại và biểu diễn nghệ thuật.
- Dịch vụ hướng dẫn viên, MC, phiên dịch.
- Cung cấp các cơ sở lưu trú du lịch, nhà hàng, vận chuyển.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ của từng bộ phận trong công ty

2.1.2.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức



(Nguồn : Phòng kinh doanh công ty)

Hình 2.2. Sơ đồ cơ cấu tổ chức công ty.

Công ty được xây dựng với mô hình cơ cấu tổ chức đơn giản, mạch lạc không quá phức tạp. Với mô hình này, các bộ phận dễ dàng và thường xuyên trao đổi với nhau. Đồng thời giám đốc cũng dễ quản lý và làm việc với các bộ phận và từng nhân sự.

2.1.2.2. Chức năng, nhiệm vụ

- ✓ Giám đốc kinh doanh

Giám đốc kinh doanh là người đứng đầu bộ phận kinh doanh của một công ty hoặc tổ chức. Chịu trách nhiệm quản lý, điều hành, chỉ đạo và định hướng các hoạt động kinh doanh nhằm đạt được các mục tiêu doanh số, lợi nhuận và phát triển của công ty. Chức vụ này đòi hỏi người đảm nhiệm phải có kinh nghiệm, chuyên môn sâu rộng về kinh doanh, có khả năng lãnh đạo, đưa ra quyết định, giải quyết vấn đề đúng đắn, đồng thời phải biết phân tích và dự báo thị trường. Cụ thể có các nhiệm vụ sau :

- Chịu trách nhiệm chính trong việc quản lý thực hiện chính sách kinh doanh.
- Quản lý công tác tuyển dụng nhân viên trong kinh doanh.
- Lập kế hoạch cho việc xây dựng chính sách kinh doanh.
- Đánh giá thị trường thông qua các số liệu đã thu thập và phân tích.
- Quản lý từng khâu làm việc của các bộ phận nhỏ đồng thời hỗ trợ xử lý các vấn đề liên quan đến kinh doanh.
- Phối hợp với các phòng ban khác duy trì hiệu quả và xây dựng hình ảnh doanh nghiệp .

✓ Phòng kinh doanh

Phòng kinh doanh là bộ phận quan trọng không thể thiếu của một công ty. Đây là bộ phận chịu trách nhiệm tham mưu cho ban giám đốc các vấn đề nghiên cứu, phát triển sản phẩm, mở rộng thị trường, xây dựng mối quan hệ khách hàng. Các nhiệm vụ tổng quát như sau :

- Nghiên cứu và triển khai thực hiện việc tiếp cận thị trường mục tiêu và khách hàng.
- Xây dựng các chiến lược về việc giới thiệu sản phẩm và mở rộng thị trường nhằm thu hút sự quan tâm của khách hàng.
- Lập kế hoạch và thực hiện các hoạt động kinh doanh cũng như tính toán và lập báo cáo về giá thành sản phẩm, dịch vụ, để có căn cứ ký hợp đồng với khách hàng.
- Cung cấp thông tin, tài liệu và đảm nhận việc biên phiên dịch các tài liệu cho

Ban Giám đốc.

- Theo dõi, giám sát tiến độ thực hiện các kế hoạch, chiến lược kinh doanh của các bộ phận khác. Đảm bảo việc thực hiện kế hoạch diễn ra đúng quy trình và tiến độ sản xuất sản phẩm đáp ứng đúng yêu cầu trong hợp đồng với khách hàng.

- Xây dựng kế hoạch thực hiện và phân bổ một cách hợp lý thời gian sản xuất kinh doanh cho các phân xưởng sản xuất và cho toàn bộ doanh nghiệp.

- Thực hiện các lệnh sản xuất, để đảm bảo lượng sản phẩm cần thiết và có biện pháp gia tăng nguồn hàng để đáp ứng nhu cầu của thị trường.

- Đề xuất các chiến lược marketing cũng như các giải pháp để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh theo từng giai đoạn cụ thể.

- Lập kế hoạch triển khai hoạt động phát triển thị trường và việc nghiên cứu, phát triển sản phẩm.

- Xây dựng và phát triển các mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng cũ và mở rộng mối quan hệ với khách hàng mới.

- Chịu trách nhiệm trước Ban Giám đốc về tất cả các hoạt động phát triển kinh doanh của doanh nghiệp theo đúng quyền hạn và nhiệm vụ đã được giao.

✓ Phòng inbound

Đóng vai trò là một bộ phận của kinh doanh lữ hành nên nhiệm vụ chính của bộ phận là thiết kế và xây dựng các tour inbound đáp ứng nhu cầu và thị hiếu của khách hàng mà công ty hướng đến. Đối tượng khách mà công ty TaDi Travel nhắm đến bao gồm 3 nhóm khách chính : Nhật – Hàn - Hoa ngữ và một số nhóm khách khác. Bộ phận này thực hiện việc bán sản phẩm ra thị trường, thực hiện tour điều hành và quản lý chung công việc dẫn đoàn. Ngoài ra còn phối hợp với các bộ phận khác để cùng tham gia chiến lược kinh doanh của công ty cũng như nắm bắt nhu cầu hiện tại và xu hướng tương lai của thị trường qua đó thực hiện chiến lược hiệu quả hơn. Cụ thể như sau :

- Thu thập và xây dựng thông tin khách hàng, gửi các chương trình khuyến mãi và quảng cáo tới khách hàng.

- Nghiên cứu thị trường, phân tích đối thủ cạnh tranh, nghiên cứu khách hàng tiềm năng và các sản phẩm của họ.

- Tham gia vào các hoạt động khảo sát, nghiên cứu sản phẩm và thị trường tổ chức các chuyến đi thị trường nhằm nâng cao hiệu quả công việc.

- Nghiên cứu đề xuất các sản phẩm mới phù hợp với chiến lược marketing.

- Tư vấn, điều chỉnh, xây dựng chương trình và tính giá.

✓ Phòng nội địa

Tương tự như phòng inbound, phòng nội địa cũng có các nhiệm vụ chính là thiết kế và xây dựng các tour du lịch nội địa phù hợp với các nhu cầu của khách du lịch trong nước. Cụ thể như sau :

- Khảo sát thị trường khách theo vùng, miền, độ tuổi nhằm xác định nhu cầu của từng đối tượng từ đó xây dựng tour du lịch hợp lý.

- Liên kết, ký kết hợp đồng với các đối tác, nhà cung cấp dịch vụ để phục vụ tốt cho khách hàng.

- Giới thiệu, quảng bá và tư vấn bán các chương trình du lịch.

- Phối hợp với các phòng ban khác thực hiện các chính sách chiến lược kinh doanh của công ty.

✓ Phòng sự kiện

Phòng sự kiện là một bộ phận của công ty lữ hành. Chuyên chịu trách nhiệm xây dựng ý tưởng, thiết kế và quản lý các chương trình sự kiện gắn với tour du lịch. Các nhiệm vụ cụ thể như sau :

- Thiết kế các chương trình : hội nghị, hội thảo, gala dinner, lễ kỷ niệm, team building,...

- Liên kết với các nhà cung cấp, triển khai sự kiện đảm bảo sự kiện diễn ra an toàn và suôn sẻ.

- Quảng bá, tìm kiếm khách hàng bán sản phẩm và đồng thời liên kết với các phòng ban để làm việc thúc đẩy kết quả kinh doanh.

✓ Phòng outbound

Phòng outbound là bộ phận tổ chức các tour du lịch nước ngoài nhằm đưa khách Việt Nam tham quan, khám phá các nước khác. Bao gồm các nhiệm vụ sau :

- Khảo sát thị trường các nước hướng đến sau đó xây dựng và thiết kế chương trình hợp lý.
- Liên kết và ký hợp đồng với các bên liên quan để hỗ trợ thực hiện chương trình tour an toàn và đảm bảo chất lượng.
- Tư vấn quảng bá khách hàng, xây dựng chính sách giá hợp lý kết hợp các ưu đãi đối với khách sử dụng tour.
- Hướng dẫn và hỗ trợ các thủ tục: visa, hộ chiếu, bảo hiểm,...
- Kết hợp với các bộ phận khác thúc đẩy chính sách kinh doanh.

2.1.3.. Lĩnh vực kinh doanh và quản lý

Công ty hoạt động các lĩnh vực

- Kinh doanh du lịch lữ hành nội địa : là hoạt động xây dựng và tổ chức cho các tour du lịch cho khách hàng tại Việt Nam.
- Kinh doanh du lịch lữ hành quốc tế : là việc xây dựng bán và tổ chức thực hiện một phần hoặc toàn bộ chương trình du lịch cho khách du lịch nước ngoài đến Việt Nam và đưa khách du lịch Việt Nam ra nước ngoài.
- Tổ chức sự kiện, biểu diễn nghệ thuật, quảng cáo thương mại.
- Kinh doanh vận chuyển khách du lịch bằng ô tô, vận chuyển khách theo hợp đồng : Công ty sử dụng phương tiện vận chuyển chất lượng tốt với các hãng xe Limousine cao cấp từ bắc vào nam nhằm đem lại cho khách hàng trải nghiệm thoải mái.
- Dịch vụ hướng dẫn viên, phiên dịch, dẫn chương trình : Với nguồn nhân lực dày kinh nghiệm và kỹ năng, công ty cũng cung cấp các nhân sự phục vụ cho khách xuyên suốt chuyến đi.
- Kinh doanh cơ sở lưu trú du lịch, nhà hàng : Ngoài các công việc thiết kế xây

dựng và bán tour thì công ty còn hỗ trợ cung cấp các nơi lưu trú và ăn uống chất lượng cho nhóm khách hàng có nhu cầu sử dụng.

2.2. Khái quát tình hình hoạt động của công ty Tadi travel

2.2.1. Các nguồn lực của doanh nghiệp

2.2.1.1. Tình hình nhân lực

Bảng 2.1. Kết quả Nhân sự tại công ty Tadi Travel

	2023	Tỷ lệ %	2024	Tỷ lệ %	2025	Tỷ lệ %
Giới tính						
Nam	2	33,33%	7	58,33%	9	45%
Nữ	4	66,67%	5	41,67%	11	55%
Tổng	6		12		20	
Trình độ học vấn						
Trung cấp						
Cao đẳng	0	0%	2	25%	2	10%
Đại học	6	100%	10	75%	18	90%
Tổng	6		12		20	
Theo phòng ban						
Phòng kinh doanh	1	16,67%	1	8,33%	2	10%
Phòng Inbound	2	33,33%	3	25%	5	25%
Phòng Nội địa	1	16,67%	3	25%	4	20%
Phòng Sự kiện	1	16,67%	3	25%	4	20%

Phòng Outbound	1	16,67%	2	16,67%	5	25%
----------------	---	--------	---	--------	---	-----

(Nguồn : Phòng kinh doanh công ty Tadi Travel.)

Nhìn chung trong giai đoạn từ 2023 – 2025, tình hình nhân sự tại công ty Tadi Travel có xu hướng tăng từ 6 người năm 2023 tăng lên 20 người năm 2025 cho thấy công ty đang bắt đầu mở rộng quy mô kinh doanh đòi hỏi đảm bảo nguồn nhân lực lớn. Số lượng nhân sự được phân bổ đồng đều ở các bộ phận.

Mặc dù nhân sự tăng khá nhiều nhưng trình độ học vấn vẫn được duy trì từ cấp cao đẳng trở lên, trong đó trình độ cao đẳng chiếm tỉ lệ không cao 10% (năm 2025) và đại học chiếm 90% (năm 2025) cho thấy rằng công ty đang rất chú trọng vào chất lượng và trình độ chuyên môn của nhân sự. Tỷ lệ nhân sự có trình độ đại học chiếm ưu thế khẳng định chất lượng nguồn nhân lực tương đối tốt góp phần vào việc thúc đẩy kinh tế và sự hài lòng đối với khách hàng của công ty.

Dựa theo số liệu trên, công ty có sự phân bổ lao động nữ chiếm ưu thế tới 55% (năm 2025). Với tỷ lệ cao như vậy phản ánh hiệu quả, thể mạnh làm việc của lao động nữ khi họ khéo léo trong giao tiếp, chăm sóc khách hàng và xử lý tình huống linh hoạt hơn đối với nam giới.

Tổng quát bảng tình hình nhân sự ở trên, công ty hiện có nguồn nhân sự dồi dào và đầy kinh nghiệm, đây là kết quả tốt đối với công ty. Song song công ty cần có những chính sách nhân sự và cải tạo thêm môi trường làm việc để duy trì cũng như tuyển mộ thêm các nhân sự nhằm phục vụ cho các chính sách kinh doanh.

2.2.1.2. Tình hình cơ sở vật chất

Bảng 2.2. Cơ sở vật chất tại công ty Tadi Travel

Trang thiết bị	Số lượng	Chất lượng sản phẩm		
		Tốt	Hỏng	Thay thế
Máy tính để bàn	5	5	-	-
Điều hòa	2	2	-	-

Quạt	3	3	-	-
Điện thoại để bàn	5	5	-	-
Máy in	3	3	-	-
Bàn làm việc	12	12	-	-
Máy lọc nước	2	2	-	-
Máy ảnh	3	3	-	-
Gimble	3	3	-	-
Flycam	1	1	-	-
Cam Gopro	2	2	-	-
Hắt sáng	3	3	-	-
Máy chiếu	1	1	-	-
Bộ mic thu âm	3	3	-	-

(Nguồn : Phòng kinh doanh công ty Tadi Travel.)

Công ty hiện nay đang sở hữu khối cơ sở vật chất tương đối chất lượng và hiệu quả với 12 bàn làm việc, 5 máy tính, 3 máy in cho thấy Tadi Travel đã tạo ra môi trường khá thuận lợi hỗ trợ nhân viên, giúp nhân viên hoạt động tốt trong việc hỗ trợ và tư vấn khách hàng. Đồng thời, các thiết bị phục vụ khác như điều hòa, máy quạt, máy lọc nước cũng tạo điều kiện không gian thoải mái cho nhân viên.

Nhìn chung, công ty đã thực hiện được những chế độ ưu ái cho nhân viên ở mức cơ bản, xây dựng không gian làm việc lành mạnh đáp ứng nhu cầu nhân viên góp phần thúc đẩy hiệu quả kinh doanh của công ty.

2.2.2. Tình hình kinh doanh

2.2.2.1. Sản phẩm, dịch vụ

Công ty chuyên các sản phẩm về các chương trình du lịch nội địa và quốc tế đi kèm là các dịch vụ vận chuyển, sự kiện,..Cụ thể như sau :

✓ Du lịch inbound

Việt Nam hiện nay cũng đang dần trở thành một quốc gia có độ hấp dẫn đối với khách du lịch nước ngoài và công ty Tadi Travel cũng đang tập trung khai thác nguồn tài nguyên rải rác ở cả ba miền Bắc - Trung - Nam. Hiện nay công ty có các tour du lịch tiêu biểu như :

- Tour Đà Nẵng - Huế
- Tour Hồ Chí Minh - Cần Thơ - Cà Mau
- Tour Hà Nội - Hạ Long - Ninh Bình.

Song song với việc xây dựng và thiết kế bán tour, công ty còn hỗ trợ cho khách du lịch đặt phòng khách sạn, vé máy bay, xe di chuyển...

✓ Du lịch outbound

Với nhu cầu khám phá mạnh mẽ của khách du lịch Việt Nam hiện nay, công ty đã lên kế hoạch và thực hiện chương trình đặc sắc cùng các ưu đãi đặc biệt nhằm thu hút nguồn khách đến và sử dụng dịch vụ bên mình. Công ty thực hiện xây dựng các loại chương trình tour tiêu biểu :

- Tour dài ngày và ngắn ngày : Nhật - Hàn - Trung - Thái,...
- Tour du lịch kết hợp tham quan và nghỉ dưỡng,...

✓ Du lịch nội địa

Công ty đang trong quá trình khai thác tích cực nguồn khách ở cả 3 miền. Lên kế hoạch nâng cao chất lượng và độ thu hút của các tour hiện có đẩy mạnh hiệu quả quảng cáo. Các chương trình tour cụ thể như sau :

- Tour tham quan văn hóa, tâm linh : Huế - Đà Nẵng, Tràng An - Bái Đính,...
- Tour nghỉ dưỡng : Phú Quốc, Nha Trang, Lý Sơn, Quy Nhơn,... Và một số tour du lịch nổi trội khác.

✓ Các sản phẩm khác

Ngoài việc quảng cáo các tour du lịch, công ty còn cung cấp các dịch vụ vui

chơi giải trí, khách sạn và phương tiện di chuyển :

- Vé tham quan các điểm du lịch như Mikazuki, Vinpearl.
- Phòng khách sạn.
- Vé cáp treo.
- Vé máy bay.

2.2.2.2. Thị trường - khách hàng, đối thủ cạnh tranh

a) Thị trường - khách hàng

✓ Thị trường

Công ty tập trung khai thác vào cả hai nguồn khách quốc tế và nội địa, trong đó nguồn khách quốc tế tập trung đa số vào inbound cho đối tượng khách Hàn, Trung, Nhật,... Với nguồn khách nội địa công ty tập trung vào miền Trung và miền Bắc.

Công ty đã có những kế hoạch kích cầu du lịch và phục vụ khách nội địa. Đồng thời chạy chương trình quảng cáo các tour du lịch inbound cho đối tượng khách Nhật, Hàn, Trung,...

✓ Khách hàng mục tiêu

- Phân khúc nội địa: Đối với khách du lịch trong nước, công ty Tadi nhắm vào các nhóm khách hàng có nhu cầu cao về du lịch nghỉ dưỡng, khám phá văn hóa, và trải nghiệm địa phương.

- Phân khúc quốc tế: Công ty cũng tập trung vào thị trường khách du lịch quốc tế từ các nước trong khu vực châu Á (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản) những thị trường có xu hướng tăng trưởng du lịch mạnh mẽ tại Đà Nẵng. Đối tượng này thường ưa chuộng các tour trải nghiệm văn hóa, ẩm thực và khám phá di sản.

- Phân khúc theo độ tuổi và thu nhập: Khách hàng của Tadi thường rơi vào độ tuổi từ 18 - 45, với thu nhập trung bình đến cao. Đây là nhóm khách hàng có khả năng chi trả tốt, có yêu cầu cao về chất lượng dịch vụ.

✓ Đối thủ cạnh tranh

Với nền kinh tế du lịch ngày một phát triển và trở nên rất mạnh mẽ, nhiều công ty nhỏ lẻ mới được thành lập kéo theo là các công ty cũ lâu năm. Tadi Travel đang phải đối mặt với rất nhiều đối thủ nặng ký trong ngành. Điển hình là các đối thủ sau:

- SaigonTourist : Với thương hiệu lâu năm, công ty đã khẳng định được mình trong thị trường du lịch. Nhận và đạt được nhiều thành tích nổi bật, saigontourist là một trong những đối thủ nặng ký trong các công ty lữ hành hiện nay. Tuy nhiên công ty cũng cần có những cải thiện hơn về chất lượng cũng như chăm sóc khách hàng.

- Viettravel : Cũng là một trong số những cái tên hot trong ngành, với bề dày lịch sử cùng kinh nghiệm nhiều năm. Công ty cũng khẳng định vị thế của mình trong ngành du lịch, cho thấy đây là một đối thủ mạnh của Tadi travel.

- Một số công ty nhỏ lẻ khác : Hiện trong thị trường nhiều công ty nhỏ được thành lập, họ đưa ra nhiều chiến lược marketing mới và hấp dẫn thu hút được nhiều sự tò mò của khách hàng. Điều này khiến Tadi Travel là một công ty lâu năm có phần bất lợi trong việc sử dụng công nghệ mới, tuy nhiên công ty cũng đã lên kế hoạch đầu tư phát triển trí tuệ nhân tạo (AI) nhằm phục vụ việc quảng cáo để chạy theo kịp các công ty mới trẻ.

2.2.2.3. Kết quả kinh doanh

a. Lượt khách nội địa giai đoạn 2023 – 2025

Công ty đang rất cố gắng nỗ lực nâng cao lại chất lượng chương trình và dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu khách hàng và xu hướng du lịch hiện tại.

Bảng 2.3. Thống kê lượt khách nội địa tại công ty Tadi Travel từ năm 2023 – 2025.

DVT: Lượt khách/năm.

Vùng/Năm	2023	2024	T6/2025	Tốc độ tăng trưởng 2024/2023
Miền Bắc	1150	1250	760	108,70%
Miền Trung	680	730	430	107,35%
Miền Nam	235	291	180	123,83%

(Nguồn : Phòng kinh doanh công ty Tadi Travel).

Qua bảng số liệu có thể thấy lượng khách du lịch qua các năm 2023 – 2025 có xu hướng tăng ở cả ba miền Bắc – Trung – Nam. Điều này cho thấy hoạt động du lịch đang phục hồi và phát triển tích cực.

Trong đó, miền Bắc là khu vực có lượng khách cao nhất mỗi năm có tốc độ tăng trưởng tương đối ổn định từ 1150 lượt năm 2023 tăng lên 1250 lượt năm 2024 và trong 6 tháng đầu năm 2025 đã đạt 760 lượt khách, cho thấy sức hút du lịch ở miền này tại công ty ổn định và khả năng duy trì thị trường tốt.

Miền Trung lượt khách tăng đều mỗi năm từ 680 lượt năm 2023 lên 730 lượt năm 2024 và đạt 430 lượt 6 tháng đầu năm 2025, phản ánh du lịch miền Trung đang tích cực từng bước mở rộng sức hút đối với du khách nội địa.

Đối với miền Nam, đây là khu vực có lượt khách mỗi năm thấp nhất so với miền Bắc và Trung, khi đạt 235 lượt năm 2023 đến năm 2024 đạt 291 lượt và trong 6 tháng đầu năm 2025 đã đạt 180 lượt khách. Mặc dù thấp nhất trong ba miền nhưng miền Nam vẫn duy trì ở mức ổn định, cho thấy công ty cũng đang nỗ lực mở rộng thị trường khách ở miền này.

Nhìn chung, cả ba miền đều có xu hướng tăng trưởng tích cực, trong đó miền Bắc phát triển ổn định, còn miền Trung và miền vẫn duy trì đà phát triển qua các năm.

b. Lượt khách quốc tế giai đoạn 2023 - 2025

Bảng 2.4. Thống kê lượt khách quốc tế tại công ty Tadi Travel

từ năm 2023 – 2025.

DVT: Lượt khách/năm.

	2023	2024	T6/2025	Tốc độ tăng trưởng 2024/2023
Hàn Quốc	1561	1744	1030	111,72%
Trung Quốc	792	846	520	106,82%
Nhật Bản	346	379	250	109,53%

Khác	236	259	150	109,75%
-------------	-----	-----	-----	---------

(Nguồn : Phòng kinh doanh công ty Tadi Travel).

Từ bảng số liệu trên có thể thấy lượng khách quốc tế các thị trường của công ty tăng trưởng liên tục trong giai đoạn 2023–2025. Trong đó, thị trường Hàn Quốc luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất và có tốc độ tăng trưởng ổn định, từ 1561 lượt năm 2023 tăng lên 1744 lượt năm 2024 tương đương tăng 11,72% và đạt 1030 lượt tính đến tháng 6 năm, cho thấy đây là thị trường khách quốc tế chủ lực của công ty. Thị trường Trung Quốc đứng thứ hai với tốc độ tăng trưởng là 6,82% giai đoạn 2023 – 2024 và đạt 520 lượt khách trong đầu năm 2025 phản ánh sự phục hồi và tăng trưởng khá ổn định của nguồn khách này. Thị trường Nhật Bản có xu hướng tăng trưởng tích cực từ 346 lượt năm 2023 lên 379 lượt năm 2024, tương đương tăng 9,54%. Nhóm khách từ các quốc gia khác mặc dù chiếm tỷ trọng không lớn nhưng có tốc độ phát triển khá cao, đạt 9,75% giai đoạn 2023 - 2024.

Nhìn chung, cơ cấu khách quốc tế của công ty tập trung chủ yếu vào thị trường Hàn Quốc và Trung Quốc. Lượt khách mỗi năm các thị trường đều duy trì tốt. Điều này cho thấy hoạt động kinh doanh lữ hành quốc tế của công ty đang có xu hướng phát triển, khả năng thu hút khách ngày càng được nâng cao và thị trường khách quốc tế ngày càng được mở rộng.

c. Tổng lượt khách giai đoạn 2023 – 2025

Bảng 2.5. Thống kê lượt khách tại công ty Tadi Travel từ năm 2023 – 2025.

DVT: Lượt khách/năm.

Khách/năm	2023	2024	T6/2025	Tốc độ tăng trưởng 2024/2023
Quốc tế	2935	3228	1950	109,98%
Nội địa	2065	2271	1370	109,98%
Tổng	5000	5499	3320	109,98%

(Nguồn : Phòng kinh doanh công ty Tadi Travel).

Nhận xét : Nhờ sự nỗ lực không ngừng công ty đã thu về 5000 lượt khách (năm 2023) và 5499 lượt khách (năm 2024), cụ thể :Quốc tế có 3228 lượt năm 2024 tăng 293 lượt so với năm 2023, tăng gấp 1,09 lần tương đương 9,98%. Đến tháng 6 năm 2025 lượt khách đạt 1950 cho thấy hoạt động kinh doanh của công ty vẫn đang ở mức phát triển ổn định. Kèm theo đó du lịch nội địa cũng giúp công ty thu về nhiều kết quả đáng mong đợi, năm 2024 nội địa tăng 206 lượt so với năm 2023 tương đương tăng 9,98%. Thông qua bảng thống kê càng khẳng định năng lực và vị thế của công ty trong thị trường.

d. Kết quả kinh doanh giai đoạn 2023 – 2025

Bảng 2.6 Kết quả kinh doanh công ty Tadi Travel từ năm 2023 – 2025

ĐVT: Tỷ đồng

	2023	2024	T6/2025	Tốc độ tăng trưởng 2024/2023
Tổng doanh thu	16,53	18,18	11,00	109,98%
Chi phí	15,21	16,73	10,02	109,99%
Lợi nhuận	1,32	1,45	0,98	109,85%

(Nguồn : Phòng kinh doanh công ty Tadi Travel.)

Nhận xét : Qua bảng số liệu có thể thấy tổng doanh thu, chi phí và lợi nhuận của công ty Tadi Travel đều tăng mỗi năm, thể hiện hoạt động kinh doanh đang phát triển tích cực.

Về doanh thu tăng khá ổn định khi năm 2024 đạt 18,18 tỷ đồng, tăng 9,98% so với năm 2023 và đầu năm 2025 đạt 11,00 tỷ. Điều này cho thấy hiệu quả kinh doanh, mở rộng thị trường và đa dạng hóa sản phẩm du lịch của công ty.

Chi phí cũng tăng tương ứng với hoạt động mở rộng kinh doanh của công ty. Từ 15,21 tỷ đồng năm 2023 chi phí đã tăng 1,52 tỷ đồng năm 2024 và không có dấu hiệu ngừng tăng ở đầu năm 2025. Kết quả phản ánh việc công ty đã đầu tư thêm cho hoạt động vận hành, nâng cao chất lượng dịch vụ và mở rộng quy mô kinh doanh.

Đối với lợi nhuận, công ty duy trì được sự tăng trưởng lợi nhuận tích cực. Lợi nhuận tăng ổn định từ 1,32 tỷ đồng năm 2023 lên 1,45 tỷ đồng năm 2024, tăng gấp 1,09 lần tương đương tăng 9,85%. Điều này cho thấy hiệu quả kinh doanh của công ty đang được cải thiện, doanh thu tăng không chỉ bù đắp được chi phí mà còn tạo ra mức lợi nhuận cao hơn qua từng năm.

2.2.2.4. Đánh giá chung về tình hình của công ty

a) Thuận lợi

- Nhân sự : Công ty sở hữu nguồn nhân lực dồi dào và chất lượng. Đội ngũ nhân viên trẻ đầy kinh nghiệm cho thấy công ty đang có sự phát triển theo chiều hướng tích cực.

- Cơ sở vật chất : Công ty đầu tư cơ sở vật chất tốt và hoàn chỉnh, tạo và xây dựng môi trường làm việc thoải mái và chất lượng.

- Sản phẩm và dịch vụ : Hiện nay công ty cung cấp đa dạng nhiều sản phẩm tour và dịch vụ nhỏ lẻ. Đây chính là điểm mạnh giúp công ty thu hút được lượng khách đa dạng.

- Phát triển công nghệ tạo điều kiện thuận lợi cho công ty đẩy mạnh quảng bá trên các nền tảng mạng xã hội như tiktok, facebook, kakaotalk,... tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận nguồn khách hàng mục tiêu.

b) Khó khăn

- Đối thủ cạnh tranh : Tadi phải đối mặt với nhiều đối thủ trong thị trường. Nhiều công ty liên tục thực hiện nhiều chiến lược quảng cáo hấp dẫn về giá cả dẫn đến việc công ty phải có những chiến lược mới mẻ và hấp dẫn hơn.

- Phương tiện vận chuyển : Vào những mùa cao điểm nhu cầu khách sử dụng dịch vụ nhỏ lẻ tăng đồng thời các tuyến xe đi các điểm du lịch cũng thiếu hụt trầm trọng khiến công ty khó khăn trong việc phục vụ khách hàng.

- Vấn đề thiếu hụt phòng lưu trú vào mùa cao điểm còn nhiều đòi hỏi công ty cần mở rộng thêm mối quan hệ với nhà cung cấp dịch vụ lưu trú, đảm bảo chất lượng dịch vụ duy trì ở mức ổn định

2.3. Thực trạng chất lượng chương trình du lịch Đà Nẵng - Huế 4N3Đ tại công ty Tadi Travel

2.3.1. Sơ lược về chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế”

Chương trình Đà Nẵng - Huế do công ty Tadi Travel tổ chức mang đến cho du khách cơ hội được khám phá, trải nghiệm những vẻ đẹp phong phú tại miền Trung. Hành trình dài 4 ngày 3 đêm đưa du khách đến những địa danh nổi tiếng và mang đậm nét văn hóa, lịch sử. Cụ thể như sau :

Ngũ Hành Sơn là quần thể núi đá vôi sừng sững bên bờ biển, là nơi có vẻ đẹp hùng vĩ và là vùng đất linh thiêng gắn liền với các giá trị văn hóa, lịch sử. Dưới chân Ngũ Hành Sơn là Làng nghề điêu khắc đá Non Nước. Tại đây du khách có thể tận mắt xem các nghệ nhân chạm khắc các sản phẩm.

Đồng thời du khách không thể bỏ lỡ Phố cổ Hội An khi đến Đà Nẵng. Là di sản văn hóa thế giới năm 1999, một trong những địa điểm rất hấp dẫn khách du lịch. Nổi bật bởi vẻ đẹp cổ kính từ những ngôi nhà cổ mang kiến trúc truyền thống Việt - Trung - Nhật.

Bà Nà Hills là khu du lịch nổi tiếng thu hút nhiều khách du lịch trong và ngoài nước. Đặt chân đến Bà Nà du khách thỏa thích khám phá những công trình nổi tiếng như Cầu Vàng trên đôi bàn tay khổng lồ, Làng Pháp kiến trúc châu Âu, chùa Linh Ứng,...

Kinh thành Huế là điểm đến đặc sắc của Huế thu hút đông đảo khách du lịch, đây là di tích lịch sử quan trọng, ghi dấu đỉnh cao quyền lực của triều Nguyễn được UNESCO công nhận Di sản Văn hóa Thế giới năm 1993 . Đến với Kinh thành Huế, du khách sẽ choáng ngợp trước kiến trúc nguy nga cổ kính cùng những câu chuyện cung đình và giá trị văn hóa trường tồn theo thời gian.

Chùa Thiên Mụ là một trong những ngôi chùa cổ và nổi tiếng nhất của cố đô Huế, nằm trên đồi Hà Khê, bên bờ sông Hương thơ mộng. Đây được xem là biểu tượng tâm linh và văn hóa đặc trưng của vùng đất Huế.

Chợ Đông Ba là khu chợ truyền thống lâu đời và lớn nhất tại thành phố Huế, nằm bên bờ sông Hương, gần cầu Trường Tiền. Đây được xem là một trong những

địa điểm mua sắm và khám phá văn hóa đặc trưng khi đến cố đô.

Làng hương Thủy Xuân là một làng nghề truyền thống nổi tiếng ở Huế. Đây là địa điểm thu hút du khách bởi vẻ đẹp rực rỡ của những bó hương nhiều màu sắc được phơi bày thành từng cụm rất bắt mắt. Làng nghề này có lịch sử lâu đời, chuyên sản xuất hương trầm phục vụ nhu cầu tâm linh và thờ cúng.

2.3.2. Lịch trình chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế”

NGÀY 1 : ĐÀ NẴNG - KÍNH CHÀO QUÝ KHÁCH

Trưa : 10:00 Xe và hướng dẫn viên của công ty sẽ có mặt đón đoàn. Hành trình tour Đà Nẵng - Huế 4 ngày 3 đêm chính thức bắt đầu. Xe và HDV công ty đưa đoàn đến nhà hàng địa phương để dùng bữa trưa. Dùng bữa trưa xong, đoàn lên xe di chuyển đi mua sắm tại chợ Hàn.

Chiều : Check in khách sạn. Sau đó đoàn bắt đầu tham quan 3 điểm đầu tiên tại Đà Nẵng:

Ngũ Hành Sơn : Quần thể gồm năm ngọn núi đá vôi sừng sững bên bờ biển, tượng trưng cho năm yếu tố ngũ hành : Kim, Mộc, Thủy, Hỏa, Thổ.

Làng nghề điêu khắc đá Non nước : Đây là một trong những làng nghề truyền thống nổi tiếng và lâu đời nhất tại miền Trung, với hơn 400 năm lịch sử.

Phố cổ Hội An : Là một di sản văn hóa thế giới được UNESCO công nhận, nổi tiếng với vẻ đẹp cổ kính và kiến trúc độc.

Tối : Dùng bữa tối, sau đó quý khách tự do tản bộ khám phá vẻ đẹp cổ kính của Phố cổ Hội An trong ánh sáng rực rỡ của hàng ngàn chiếc đèn lồng đầy màu sắc. Xe đưa đoàn về khách sạn Đà Nẵng nghỉ ngơi.

NGÀY 2: BÀ NÀ HILLS - ĐƯỜNG LÊN TIÊN CẢNH

Sáng : Ăn sáng tại khách sạn. Đoàn khởi hành đi tham quan khu du lịch Bà Nà Hills.

Đến nơi, trong lúc chờ HDV làm thủ tục lấy vé cho mọi người lên cáp treo quý khách sẽ có khoảng thời gian tự do chiêm ngưỡng và chụp hình với Cổng Thời Gian

ngay chân núi Bà Nà. Sau đó, quý khách tập trung theo HDV bắt đầu hành trình lên núi bằng Cáp treo đặt 2 kỷ lục của Thế Giới. Khi ngồi trong Cabin du khách sẽ được tận hưởng những giây phút lơ lửng trên không trung, cảm giác chênh vênh giữa núi rừng đại ngàn, bốn phía là mây trắng núi xanh như lạc vào chốn bồng lai tiên cảnh. Quý khách sẽ được tham gia trải nghiệm cảm giác giống như băng qua thiên đường tại Cầu vàng trên mây - nằm ở độ cao 1,400m so với mực nước biển, cây cầu xuất hiện như một dải ruy băng vàng được nắm giữ bởi hai bàn tay khổng lồ nổi lên từ sườn đồi. Tiếp theo hướng dẫn viên đưa khách tham quan các điểm :

Khu vườn hoa Le Jardin D'amour : Cảm giác như lạc vào một thế giới thiên nhiên. Tại đây hội tụ gần 1000 loài hoa khác nhau trên thế giới đủ các màu sắc :vàng, đỏ, hồng, tím, trắng, xanh...trong khung cảnh lãng mạn ấy, cộng với kiểu khí hậu mát mẻ, dễ chịu khiến lòng người ai cũng phải xao xuyến và say mê. Ở đây sẽ có các khu vực check in như Quảng trường ước hẹn, Cầu tình yêu, Vườn uyên ương, Vương địa đàn, Vườn suối mơ, Vườn bí ẩn, Vườn suy tưởng, Vườn thần thoại,...

Trưa : Đoàn ăn trưa buffet tại nhà hàng trên đỉnh Bà Nà Hills.

Chiều : Tiếp tục tham quan và tham gia các trò chơi tại đây :

Tham quan khu nhà tượng sáp : Đây là khu trưng bày rất nhiều tượng sáp mô phỏng các nhân vật nổi tiếng trên thế giới từ nhiều lĩnh vực như điện ảnh, thể thao, âm nhạc và chính trị. Các bức tượng áp được chế tác tinh xảo và chi tiết, nhìn qua y như người thật.

Công viên giải trí Fantasy Park : Là một khu vui chơi trong nhà lớn nhất Việt Nam, lấy cảm hứng từ những câu chuyện phiêu lưu của nhà văn Jules Verne, như “Hành trình vào lòng đất” và “Hai vạn dặm dưới đáy biển”. Fantasy Park có ba tầng với hàng loạt trò chơi và hoạt động giải trí phong phú, phù hợp cho mọi lứa tuổi.

15:30 Rời Bà Nà Hills, đoàn di chuyển xuống núi bằng cáp treo hiện đại. Xe đưa quý khách về khách sạn nghỉ ngơi.

Sau đó du khách tự do tận hưởng Đà Nẵng với các hoạt động như dạo biển, tắm biển và thư giãn trong không gian trong lành của thành phố biển.

Tối : Đoàn dùng bữa tối tại nhà hàng địa phương, nơi phục vụ những món ăn

đặc sản đậm đà hương vị miền trung. Sau bữa tối, quý khách tự do khám phá Đà Nẵng về đêm :

Cầu Rồng : Tận mắt chiêm ngưỡng màn trình diễn phun nước, phun lửa ngoạn mục (vào tối thứ bảy, chủ nhật)

Cầu tình yêu : Địa điểm lãng mạn bên bờ sông Hàn, nơi các cặp đôi có thể ghi dấu kỷ niệm bằng móc khóa tình yêu.

NGÀY 3 : ĐÀ NẴNG - HUẾ

Sáng : Quý khách thưởng thức bữa sáng tại khách sạn.

8:00 Đoàn di chuyển từ Đà Nẵng đến Huế qua hầm đường bộ Hải Vân, dừng chân nghỉ tại Lăng Cô, sau đó tiếp tục qua 2 hầm Phú Gia và Phước Tượng để đến Huế.

Trưa : Đoàn dùng bữa trưa và nghỉ ngơi tại chỗ.

Chiều : Xe đưa đoàn đến khách sạn ở Huế để làm thủ tục nhận phòng.

14:30 Xe đưa đoàn tiếp tục hành trình khám phá Huế với những điểm đến tiêu biểu mang đậm dấu ấn văn hóa và lịch sử:

Kinh thành Huế : được công nhận là di sản văn hóa thế giới, nơi đây từng là trung tâm quyền lực của triều Nguyễn. Quý khách được khám phá Ngọ Môn, Điện Thái Hòa, Tử Cấm Thành và cuộc sống hoàng gia xưa.

Chùa Thiên Mụ : ngôi chùa cổ nhất ở Huế, nổi tiếng với vẻ đẹp bình yên bên dòng sông Hương. Đây là biểu tượng tâm linh không thể thiếu khi đến cố đô.

Tối : Dùng bữa tối tại nhà hàng. Đoàn tự do tham quan Huế về đêm : ngắm dòng sông Hương về đêm, trải nghiệm ca Huế và thả đèn hoa đăng trên sông Hương, khám phá ẩm thực,...(chi phí tự túc)

NGÀY 4 : HUẾ - ĐÀ NẴNG - TIỀN ĐOÀN

Sáng : Đoàn ăn sáng tại khách sạn và làm thủ tục trả phòng.

8:00 Xe đưa đoàn tham quan :

Chợ Đông Ba : Đoàn sẽ có thời gian tự do trải nghiệm, tham quan và mua sắm các loại đặc sản truyền thống của Huế để làm quà sau chuyến du lịch. Đây là điểm đến lý tưởng giúp quý khách cảm nhận nét văn hóa địa phương đặc sắc qua những món hàng đa dạng, từ bánh bèo, nem lụi đến các sản phẩm thủ công mỹ nghệ tinh xảo.

Làng Hương Thủy Xuân : Một làng nghề truyền thống lâu đời tại Huế, nổi bật với không gian rực rỡ màu sắc từ những bó hương được sắp đặt nghệ thuật. Du khách đến đây không chỉ được check in với khung cảnh độc đáo mà còn có cơ hội trải nghiệm trực tiếp các công đoạn làm hương thủ công, cảm nhận nét đẹp văn hóa đặc trưng của xứ Huế.

Trưa : Quý khách dùng bữa trưa tại nhà hàng.

Chiều : Đoàn di chuyển về Đà Nẵng. Xe và HDV chia tay đoàn tại điểm hẹn cuối, xin cảm ơn quý khách và hẹn gặp lại!

GIÁ TOUR : 4.450.000 VND/khách (Áp dụng cho đoàn từ 10 khách).

DỊCH VỤ BAO GỒM :

- Xe du lịch phục vụ suốt tuyến tour Đà Nẵng - Huế 4 ngày 3 đêm.
- Khách sạn đạt chuẩn 3 sao ở Đà Nẵng và Huế.
- Ăn các bữa trong chương trình.
- + 3 bữa trưa, 3 bữa tối tiêu chuẩn 150.000/suất/khách/bữa.
- + 1 bữa trưa buffet Bà Nà Hills
- Vé tham quan các điểm có trong chương trình :
 - + Ngũ Hành Sơn (vé thang máy 2 chiều).
 - + Bà Nà Hills (cáp treo khứ hồi, buffet trưa).
 - + Phố cổ Hội An.
 - + Kinh Thành Huế.
- Bảo hiểm du lịch (mức tối đa 60.000.000 vnd/vụ).

- Nước uống hằng ngày.

DỊCH VỤ KHÔNG BAO GỒM :

- Chi phí cá nhân ngoài chương trình (ăn uống, mua sắm, giặt ủi, điện thoại, minibar trong khách sạn và các chi phí phát sinh khác không được đề cập trong phần bao gồm...).

- Phí trải nghiệm dịch vụ Ca Huế và thả đèn hoa đăng trên Sông Hương.

- Vé máy bay.

- Thuế VAT.

GIÁ VÉ TRẺ EM:

- Trẻ em dưới 1m miễn phí bố mẹ tự lo.

- Trẻ em từ 1m – 1m2 tính 1/2 giá vé.

- Trẻ em trên 1m2 tính bằng vé người lớn theo tiêu chuẩn người lớn.

2.3.3. Đánh giá chất lượng chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” tại công ty Tadi Travel

2.3.3.1. Đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình thông qua phiếu khảo sát

Tác giả dựa vào các tiêu chí đánh giá được nêu ở chương 1 kết hợp thang đo chất lượng dịch vụ chương trình du lịch của tác giả Lê Thái Phụng đã đề cập trong "Giáo trình Quản trị chất lượng dịch vụ du lịch" (2024). Trong mô hình, tác giả đã đề cập tới các yếu tố: lịch trình, dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, điểm tham quan, dịch vụ bổ sung và dịch vụ hướng dẫn . Các tiêu chí đánh giá được mã hóa theo bảng sau:

Bảng 2.7 Các tiêu chí đánh giá chất lượng chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” dành cho khách quốc tịch Hàn Quốc tại Công ty Tadi Travel.

STT	Tiêu chí đánh giá	Mã hóa
I	Lịch trình	LT
1	Lịch trình được thiết kế phù hợp, tiết kiệm thời gian di	LT1

	chuyến.	
2	Lịch trình có sự kết hợp giữa các hoạt động tham quan, trải nghiệm, nghỉ ngơi và thời gian tự do.	LT2
3	Lịch trình phân bổ thời gian cho khách tham quan, khám phá các điểm đến hợp lý, thoải mái.	LT3
4	Lịch trình được thực hiện đúng như cam kết ban đầu	LT4
II	Dịch vụ vận chuyển	VC
1	Xe luôn đến đúng giờ và di chuyển tuân thủ theo lịch trình	VC1
2	Xe luôn sạch sẽ, tạo sự thoải mái cho khách hàng	VC2
3	Xe được trang bị đầy đủ tiện nghi (điều hòa, ghế ngồi thoải mái, wifi)	VC3
4	Tài xế thân thiện với khách và kỹ năng lái xe tốt tạo cảm giác an toàn	VC4
III	Dịch vụ lưu trú	KS
1	Không gian khách sạn yên tĩnh, đảm bảo nghỉ ngơi	KS1
2	Vị trí khách sạn thuận tiện cho việc di chuyển tham quan	KS2
3	Phòng ngủ sạch sẽ được trang bị đầy đủ tiện nghi	KS3
4	An toàn, an ninh được đảm bảo	KS4
5	Nhân viên khách sạn thân thiện và hỗ trợ nhiệt tình	KS5
IV	Dịch vụ ăn uống	AU
1	Không gian nhà hàng sạch sẽ, thoáng mát	AU1
2	Thực đơn món ăn đa dạng, có thay đổi giữa các bữa ăn	AU2
3	Khách hàng được thưởng thức những món ăn đặc trưng, nổi tiếng địa phương.	AU3

4	Chất lượng món ăn phù hợp với khẩu vị của đa số khách hàng	AU4
V	Điểm tham quan	TQ
1	Các điểm tham quan mang lại giá trị lịch sử, văn hóa cao	TO1
2	Cơ sở hạ tầng tại các điểm tham quan tiện lợi và sạch sẽ	TQ2
3	Các điểm tham quan đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách	TQ3
4	Nhân viên/người địa phương tại các điểm tham quan nhiệt tình, thân thiện	TQ4
VI	Hoạt động vui chơi, giải trí	GT
1	Các hoạt động vui chơi, giải trí đa dạng và phù hợp với khách hàng	GT1
2	Các hoạt động vui chơi, giải trí được tổ chức an toàn và chuyên nghiệp	GT2
3	Các hoạt động vui chơi, giải trí có tính tương tác cao, mang lại trải nghiệm thú vị	GT3
VII	Dịch vụ hướng dẫn	HD
1	Hướng dẫn viên có trình độ ngoại ngữ tốt	HD1
2	Hướng dẫn viên vui tính, nhiệt tình hỗ trợ khách	HD2
3	Hướng dẫn viên có khả năng giao tiếp và truyền đạt thông tin rõ ràng, thu hút	HD3
4	Hướng dẫn viên xử lý tốt các tình huống phát sinh trong chuyến đi	HD4
5	Hướng dẫn viên có hiểu biết sâu về các điểm đến trong lịch trình	HD5
VIII	Dịch vụ bổ sung	BS

1	Các dịch vụ phù hợp với độ tuổi, sở thích, thể trạng của từng du khách	BS1
2	Các dịch vụ bổ sung phong phú, đa dạng.	BS2
3	Chất lượng các dịch vụ bổ sung đáp ứng được kỳ vọng của quý khách	BS3

(Nguồn : Lê Thái Phụng)

Thang đo 5 mức độ được dùng để đo mức độ hài lòng về chất lượng của khách du lịch Hàn Quốc : 1 - Rất không hài lòng, 2 - Không hài lòng, 3 - Trung lập, 4 - Hài lòng, 5 - Rất hài lòng.

2.3.3.2. Thực hiện khảo sát

Tác giả tiến hành khảo sát 110 khách hàng đã từng tham gia chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế” do công ty Tadi Travel tổ chức. Để đảm bảo tính khách quan, đa chiều và phù hợp với điều kiện thực tiễn, quá trình khảo sát được triển khai theo hình thức sau :

Phương pháp khảo sát trực tuyến : Tác giả đã thu thập danh sách liên hệ của khách hàng từng tham gia chương trình tour, dưới sự hỗ trợ của đội ngũ nhân viên công ty, tác giả thực hiện gửi link hoặc mã qr khảo sát thông qua các nền tảng xã hội. Việc khảo sát giúp tiếp cận nhanh chóng với nhóm khách hàng đã trải nghiệm tour, đồng thời thuận tiện trong việc phân tích và xử lý dữ liệu.

Link khảo sát : <https://forms.gle/dyNuzcE1GHvoxe8JA>

Mã QR :



Hình 2.3: Mã qr khảo sát khách hàng

2.4. Kết quả đánh giá chương trình du lịch

Trong khoảng thời gian từ ngày 10/4 đến ngày 17/4 , tác giả tiến hành khảo sát và thu về 110 bảng trả lời khảo sát hợp lệ, tác giả thực hiện sử dụng phần mềm excel để xử lý dữ liệu khảo sát cho ra kết quả nghiên cứu sau :

2.4.1. Giới tính

Bảng 2.8: Đặc điểm về giới tính của khách hàng

Giới tính	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Nam	53	48,18%
Nữ	57	51,82%
Tổng	110	100%

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Từ bảng trên cho thấy sự phân bố cân bằng giữa khách hàng nam và nữ. Trong tổng số 110 khách hàng được khảo sát, số lượng khách hàng nữ chiếm 57 người (51,82%) và số lượng khách hàng nam là 53 người (48,18%), số lượng khách chỉ chênh lệch 4 người. Sự chênh lệch không đáng kể này cho thấy chương trình du lịch của công ty có sức hấp dẫn đối với cả hai giới, đồng thời phản ánh tính đa dạng và phù hợp của sản phẩm du lịch đối với nhu cầu của cả khách hàng nam và nữ.

2.4.2. Độ tuổi

Bảng 2.9: Đặc điểm về độ tuổi của khách hàng

Độ tuổi	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Từ 18 - 25 tuổi	27	24,55%
Từ 26 - 40 tuổi	48	43,64%
Trên 40 tuổi	35	31,82%
Tổng	110	100%

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Kết quả khảo sát cho thấy nhóm khách từ 26 - 40 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất với 48 người, tương đương 43,64% trong tổng 110 người khảo sát. Kế tiếp là nhóm trên 40 tuổi với số lượng người là 35 tương đương 31,82%, cuối cùng là nhóm tuổi từ 18 – 25 tuổi chiếm 27 người tương đương 24,55%. Dựa vào kết quả, cho thấy rõ phân khúc khách hàng rõ ràng của chương trình nằm ở độ tuổi trưởng thành và trung niên, ở nhóm tuổi này thường đang trong giai đoạn ổn định về kinh tế và có nhu cầu về nghỉ dưỡng, trải nghiệm, khám phá tìm hiểu văn hóa.

2.4.3. Kênh thông tin

Bảng 2.10: Đặc điểm về kênh thông tin của khách hàng

Kênh thông tin	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Doanh nghiệp lữ hành	37	33,64 %
Mạng xã hội	48	43,64 %
Bạn bè, người thân	20	18,18 %
Khác	5	4,55 %
Tổng	110	100%

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Kết quả khảo sát từ bảng trên cho thấy được sự đa dạng từ các kênh thông tin tiếp cận đến khách du lịch của công ty. Kênh thông tin từ “Mạng xã hội” chiếm tỷ lệ cao nhất 43,64 %, phản ánh xu hướng sử dụng các nền tảng mạng cao. Điều này cho thấy, công ty nên đẩy mạnh và phát huy các hoạt động quảng cáo, truyền thông để thu hút được lượng tương tác hiệu quả của khách hàng.

Xếp thứ hai là kênh thông tin “Doanh nghiệp lữ hành” với tỷ lệ lên 33,64% cho thấy đây là một kênh thông tin đáng tin cậy đối với khách hàng. Điều này cho thấy, công ty nên chú trọng củng cố nhiều vào mối quan hệ với các đối tác lữ hành. Tiếp theo là kênh “Bạn bè, người thân” và kênh “Khác” chiếm tỷ lệ 18,18% và 4,55%, cho thấy mặc dù yếu tố truyền miệng không cao nhưng vẫn đóng vai trò lan tỏa và tạo niềm tin cho khách hàng tiềm năng. Công ty có thể khai thác kênh thông tin này bằng cách nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm tạo sự hài lòng cho du khách từ đó thúc đẩy

họ chia sẻ những trải nghiệm đáng nhớ và sâu sắc đến với bạn bè và người thân. Cuối cùng các kênh thông tin khác có tỷ lệ thấp nhất cho thấy hình thức quảng cáo chưa hiệu quả và phổ biến trong việc thu hút khách hàng.

2.4.4. Lịch trình

Bảng 2.11: Đánh giá của khách hàng về lịch trình

	Mức độ đánh giá										Điểm đánh giá trung bình
	1		2		3		4		5		
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	
LT1	2	1,82	1	0,91	26	23,64	37	33,64	44	40,00	4,09
LT2	0	0	0	0	31	28,18	30	27,27	49	44,55	4,16
LT3	2	1,82	3	2,73	29	26,36	47	42,73	29	26,36	3,89
LT4	1	0,91	0	0	26	23,64	46	41,82	37	33,64	4,07
Trung bình chung											4,05

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Bảng 2.11 cho thấy mức độ hài lòng chung của khách du lịch Hàn Quốc về lịch trình đạt 4,05/5 điểm, một con số khá tích cực. Trong các tiêu chí được đánh giá, việc lịch trình có sự kết hợp giữa các hoạt động tham quan (LT2) nhận được sự hài lòng cao nhất với 4,16 điểm. Con số này cho thấy Công ty đã rất thành công trong việc kết hợp các điểm tham quan hợp lý, giúp du khách những trải nghiệm đa dạng

Đối với LT1, có 73,64% khách hàng đánh giá tích cực (33,64% đánh giá 4 điểm và 40,00% đánh giá 5 điểm) và LT4 có 75,46% đánh giá tích cực. Con số này phản ánh sự chu đáo của Công ty trong việc tối ưu hóa lộ trình di chuyển và kết nối các dịch vụ một cách khoa học.

Tuy nhiên, điểm đáng chú ý là tiêu chí về sự cân bằng giữa các hoạt động trong chương trình (LT3) chỉ đạt 3,89 điểm, thấp nhất trong các tiêu chí được đánh giá, cho thấy có sự mất cân đối trong việc phân bổ thời gian giữa các hoạt động tham quan, vui chơi giải trí, nghỉ ngơi và thời gian tự do. Có thể nhận thấy rằng mặc dù Công ty

đã làm tốt việc sắp xếp thời gian tham quan tại các điểm đến, nhưng việc xen kẽ các hoạt động khác vẫn chưa thực sự đáp ứng được kỳ vọng của du khách.

2.4.5. Dịch vụ vận chuyển

Bảng 2.12: Đánh giá của khách hàng về dịch vụ vận chuyển

	Mức độ đánh giá										Điểm đánh giá trung bình
	1		2		3		4		5		
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	
VC1	2	1,82	0	0	25	22,73	46	41,82	37	33,64	4,05
VC2	2	1,82	0	0	25	22,73	53	48,18	30	27,27	3,99
VC3	1	0,91	2	1,82	29	26,36	51	46,36	27	24,55	3,92
VC4	3	2,73	3	2,73	36	32,73	41	37,27	27	24,55	3,78
Trung bình chung											3,94

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Bảng 2.12 cho thấy sự hài lòng của khách du lịch quốc tế về dịch vụ vận chuyển trong chương trình của Công ty đạt 3,94/5 điểm. Điều này phản ánh nỗ lực của Công ty trong việc đảm bảo chất lượng dịch vụ vận chuyển, một yếu tố then chốt góp phần tạo nên sự thành công của tour du lịch.

Yếu tố về sự đúng giờ (VC1) nhận được đánh giá cao nhất với 4,05 điểm, cho thấy Công ty có sự chuyên nghiệp trong quản lý thời gian. Tiêu chí VC2 xe sạch sẽ phản ánh sự đầu tư trong không gian của công ty. Yếu tố VC3 đạt 3,92 phản ánh công ty có sự đầu tư đáng kể vào việc trang bị và bảo trì các tiện nghi trên xe như điều hòa, ghế ngồi, wifi, đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng trong quá trình di chuyển. Yếu tố liên quan đến người lái xe cũng nhận được đánh giá thấp nhất chỉ đạt 3,78 điểm phản ánh đội ngũ lái xe của nhà cung cấp chưa thực sự chuyên nghiệp trong giao tiếp với khách hàng.

2.4.6. Dịch vụ lưu trú

Bảng 2.13: Đánh giá của khách hàng về dịch vụ lưu trú

	Mức độ đánh giá										Điểm đánh giá trung bình
	1		2		3		4		5		
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	
KS1	0	0	2	1,82	27	24,55	35	31,82	46	41,82	4,14
KS2	1	0,91	2	1,82	33	30,00	43	39,09	31	28,18	3,92
KS3	0	0	1	0,91	29	26,36	45	40,91	35	31,82	4,04
KS4	1	0,91	1	0,91	28	25,45	41	37,27	39	35,45	4,06
KS5	0	0	3	2,73	38	34,55	22	20,00	47	42,73	4,03
Trung bình chung											4,04

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Bảng 2.13 cho thấy đánh giá của khách hàng về dịch vụ lưu trú trong chương trình của Công ty đạt 4,04/5 điểm. Tất cả các tiêu chí đều được đánh giá trên 4 điểm trừ KS2 chỉ đạt 3,92 điểm.

Trong các tiêu chí được đánh giá, yếu tố về không gian khách sạn (KS1) nhận được đánh giá cao nhất với 4,14 điểm. Các tiêu chí xếp sau có số điểm chênh lệch không nhiều, phòng đầy đủ trang thiết bị (KS3) và an toàn an ninh khách sạn (KS4) lần lượt đạt 4,04 và 4,06 điểm. Đối với tiêu chuẩn nhân viên đạt 62,73% khách hàng đánh giá tích cực.

Về vị trí của khách sạn (KS2), chỉ đạt 3,92 điểm. Điều này cho khách hàng cảm thấy bất tiện về vị trí của một số khách sạn trong chương trình tour.

2.4.7. Dịch vụ ăn uống

Bảng 2.14: Đánh giá của khách hàng về dịch vụ ăn uống

	Mức độ đánh giá										Điểm đánh giá trung
	1		2		3		4		5		
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	

											bình
AU1	1	0,91	2	1,82	28	25,45	30	27,27	49	44,55	4,13
AU2	1	0,91	2	1,82	29	26,36	39	35,45	39	35,45	4,03
AU3	0	0	1	0,91	23	20,91	52	47,27	34	30,91	4,08
AU4	1	0,91	1	0,91	23	20,91	47	42,73	38	34,55	4,09
Trung bình chung											4,08

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Bảng 2.14 cho thấy kết quả đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống trong chương trình đạt 4,08 điểm. Tất cả các tiêu chí đều được đánh giá trên 4 điểm với biên độ dao động từ 4,03 đến 4,13 điểm, phản ánh sự ổn định trong chất lượng dịch vụ ăn uống mà Công ty cung cấp.

Trong các tiêu chí được đánh giá, yếu tố về trải nghiệm ẩm thực đặc trưng địa phương (AU1) nhận được đánh giá cao nhất với 4,13 điểm, phản ánh thành công của Công ty trong việc giới thiệu và cung cấp những món ăn đặc trưng, góp phần tạo nên trải nghiệm ẩm thực phong phú cho du khách. Đây là một điểm cộng quan trọng khi văn hóa ẩm thực địa phương luôn là một phần không thể thiếu trong trải nghiệm du lịch di sản.

Vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm (AU4) cũng được đánh giá rất tích cực với 4,09 điểm cho thấy các nhà hàng được lựa chọn đã đáp ứng tốt yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm, một yếu tố then chốt trong dịch vụ ăn uống. Tương tự, không gian nhà hàng (AU3) được đánh giá 4,08 điểm phản ánh môi trường ăn uống thoải mái, phù hợp với kỳ vọng của khách hàng.

Tuy nhiên, tiêu chí về sự đa dạng của thực đơn (AU2) nhận được điểm số thấp nhất với 4,03 điểm, dù vẫn ở mức khá tốt. Đáng chú ý, đây là tiêu chí có tỷ lệ không hài lòng cao nhất với 2,73% đánh giá ở mức 1-2 điểm. Điều này cho thấy một số khách hàng cảm thấy các lựa chọn món ăn trong chương trình còn chưa phong phú, đa dạng như mong đợi.

2.4.8. Điểm tham quan

Bảng 2.15: Đánh giá của khách hàng về điểm tham quan

	Mức độ đánh giá										Điểm đánh giá trung bình
	1		2		3		4		5		
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	
TQ1	1	0,91	0	0	21	19,09	53	48,18	35	31,82	4,10
TQ2	0	0	1	0,91	35	31,82	44	40,00	30	27,27	3,94
TQ3	0	0	2	1,82	37	33,64	52	47,27	19	12,27	3,80
TQ4	0	0	3	2,73	34	30,91	44	40,00	29	26,36	3,90
Trung bình chung											3,93

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Tiêu chí về giá trị lịch sử của các điểm tham quan (TQ1) nhận được đánh giá cao với 4,10 điểm. Có tới 80% khách hàng đánh giá từ tốt trở lên. Điều này phản ánh thành công của Công ty trong việc tạo nên một hành trình phong phú, kết hợp nhiều loại hình điểm đến có những giá trị lịch sử cao đáp ứng được sự mong đợi đa dạng của du khách góp phần tạo nên một hành trình có ý nghĩa và giá trị.

Về các yếu tố liên quan đến an toàn và an ninh đạt 3,94 (TQ2) điểm. Yếu tố về thái độ của nhân viên và dân cư địa phương (TQ4) đạt 3,90 điểm, tiêu chí này có 2,73% đánh giá không hài lòng, cho thấy vẫn còn khoảng cách trong việc tương tác giữa du khách và người dân địa phương tại một số điểm đến.

Điểm đáng lưu ý nhất là cơ sở hạ tầng tại các điểm tham quan (TQ3) nhận được điểm số thấp nhất với 3,80 điểm. Chất lượng cơ sở vật chất, đặc biệt là các tiện ích cơ bản như nhà vệ sinh, khu vực nghỉ ngơi tại một số điểm tham quan vẫn chưa đáp ứng được kỳ vọng của du khách.

2.4.9. Hoạt động vui chơi, giải trí

Bảng 2.16: Đánh giá của khách hàng về hoạt động vui chơi giải trí

	Mức độ đánh giá	Điểm
--	-----------------	------

	1		2		3		4		5		đánh giá trung bình
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	
GT1	0	0	1	0,91	22	20	43	39,01	44	40	4,18
GT2	0	0	2	1,81	25	22,73	48	43,64	35	31,82	4,05
GT3	0	0	1	0,91	34	30,91	30	27,27	45	40,91	4,08
Trung bình chung											4,10

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Bảng 2.16 cho thấy đánh giá của khách hàng về hoạt động vui chơi giải trí trong chương trình đạt 4,10/5 điểm. Các tiêu chí được đánh giá có điểm số dao động từ 4,05 đến 4,18 điểm, cho thấy sự đồng đều trong chất lượng các hoạt động vui chơi giải trí được tổ chức.

Tiêu chí về sự đa dạng và phù hợp của các hoạt động vui chơi giải trí (GT1) nhận được đánh giá cao nhất với 4,18 điểm cho thấy Công ty đã thành công trong việc xây dựng một chương trình giải trí đa dạng, phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau, góp phần tạo nên trải nghiệm du lịch phong phú. Về tính tương tác và trải nghiệm (GT3), tiêu chí này được đánh giá ở mức 4,08 điểm.

Đáng lưu ý nhất là tiêu chí về tính an toàn và chuyên nghiệp trong tổ chức (GT3) nhận được điểm số thấp nhất với 4,05. Kết quả này cho thấy vẫn còn những lo ngại của du khách về tính an toàn và chuyên nghiệp trong việc tổ chức các hoạt động vui chơi giải trí.

2.4.10. Dịch vụ hướng dẫn

Bảng 2.17: Đánh giá của khách hàng về dịch vụ hướng dẫn

	Mức độ đánh giá										Điểm đánh giá trung bình
	1		2		3		4		5		
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	

HD1	0	0	2	1,82	43	39,09	44	40,00	21	19,09	3,76
HD2	0	0	2	1,82	35	31,82	48	43,64	25	22,73	3,87
HD3	1	0,91	4	3,64	34	30,91	51	46,36	20	18,18	3,77
HD4	0	0	1	0,91	45	40,91	40	36,36	24	21,82	3,79
HD5	1	0,91	3	2,73	27	24,55	51	46,36	28	25,45	3,93
Trung bình chung											3,83

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Bảng 2.17 thể hiện đánh giá của khách hàng về dịch vụ hướng dẫn trong chương trình 3,83/5 điểm. Phản ánh sự chưa đồng đều và chất lượng cao trong công tác hướng dẫn viên của Công ty.

Tiêu chí về kiến thức các điểm đạt 3,93 điểm (HD5) nhận được đánh giá cao nhất thể hiện kiến thức sâu rộng của các hướng dẫn viên. Thái độ phục vụ nhiệt tình của hướng dẫn viên (HD2) cũng được đánh giá với 3,87 điểm, với sự nhiệt tình và thân thiện của hướng dẫn viên khách hàng đánh giá 66,37% ở mức hài lòng.

Khả năng xử lý tình huống (HD4) đạt 3,79 điểm nằm ở mức điểm trung bình phản ánh nhu cầu nâng cao kỹ năng xử lý tình huống của một số hướng dẫn viên. Yếu tố về trình độ ngoại ngữ (HD1) và yếu tố giao tiếp truyền đạt thông tin có số điểm chênh lệch không nhiều, đòi hỏi đội ngũ hướng dẫn cần nâng cao kỹ năng truyền đạt thông tin sao cho phong phú, thu hút khách hàng.

2.4.11. Dịch vụ bổ sung

Bảng 2.18: Đánh giá của khách hàng về dịch vụ bổ sung

	Mức độ đánh giá										Điểm đánh giá trung bình
	1		2		3		4		5		
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	
BS1	2	1,82	1	0,91	25	22,73	46	41,82	36	32,73	4,00
BS2	1	0,91	0	0	29	26,36	43	39,09	37	33,64	4,05

BS3	0	0	0	0	32	29,09	44	40,00	34	30,91	4,02
Trung bình chung											4,02

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Bảng 2.18 cho thấy đánh giá của khách hàng về dịch vụ bổ sung trong chương trình đạt 4,02 điểm. Các tiêu chí được đánh giá có điểm số dao động từ 4,00 đến 4,05 điểm, cho thấy sự đồng đều trong chất lượng các dịch vụ bổ sung mà Công ty Cung cấp.

Về mức độ phong phú của danh sách dịch vụ bổ sung (BS2), tiêu chí này nhận được đánh giá cao nhất với 4,05 điểm. Kết quả này cho thấy Công ty đã thành công trong việc xây dựng một danh mục dịch vụ bổ sung đa dạng, tạo nhiều lựa chọn cho khách hàng trong việc làm phong phú thêm trải nghiệm du lịch của mình.

Tiêu chí về phù hợp của các hoạt động tùy chọn (BS1) nhận được điểm số thấp nhất với 4,00 điểm, mặc dù vẫn ở mức tốt tuy nhiên vẫn còn khoảng cách giữa các hoạt động được cung cấp và kỳ vọng của một số nhóm khách hàng về sự phù hợp với độ tuổi, sở thích và thể trạng của họ.

✓ **Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ**

Bảng 2.19 Đánh giá chất lượng dịch vụ chương trình

Yếu tố dịch vụ	Điểm trung bình	Thứ tự
Lịch trình	4,05	3
Dịch vụ vận chuyển	3,94	6
Dịch vụ lưu trú	4,04	4
Dịch vụ ăn uống	4,08	2
Điểm tham quan	3,93	7
Hoạt động vui chơi giải trí	4,10	1
Dịch vụ hướng dẫn	3,84	8
Dịch vụ bổ sung	4,02	5

Bảng 2.19 cho thấy mức độ hài lòng của khách hàng đối với các yếu tố cấu thành nên chương trình du lịch đều ở mức tốt, ngoại trừ các yếu tố vận chuyển, tham quan và hướng dẫn. Điều này phản ánh nỗ lực của Công ty trong việc duy trì chất lượng

dịch vụ ở mức độ khá tốt giữa các mảng

Dịch vụ vui chơi giải trí dẫn đầu về mức độ hài lòng với 4,10 điểm và dịch vụ ăn uống với 4,08 điểm. Điều này cho thấy Công ty đã khá thành công trong việc lựa chọn và quản lý chất lượng của hai dịch vụ cơ bản của tour du lịch. Lịch trình đứng ở vị trí thứ ba với 4,05 điểm, phản ánh chất lượng tốt của thiết kế lịch trình phù hợp và hợp lý. Tiếp theo là dịch vụ lưu trú với 4,04 điểm, cho thấy Công ty rất kỹ lưỡng trong việc lựa chọn nơi nghỉ ngơi dành cho du khách. Dịch vụ bổ sung xếp vị trí thứ năm, xếp thứ 6 là dịch vụ vận chuyển phản ánh chất lượng vận chuyển chưa thực sự đạt được như kỳ vọng của khách hàng. Yếu tố điểm tham quan xếp vị trí thứ 7 cho thấy mặc dù các điểm có giá trị lịch sử cao nhưng còn vài chi tiết nhỏ khiến du khách thực sự chưa hài lòng với dịch vụ chung. Đáng chú ý nhất là yếu tố dịch vụ hướng dẫn với 3,84 điểm, thấp nhất trong tất cả các yếu tố được đánh giá. Điều này phản ánh kỹ năng, năng lực của đội ngũ hướng dẫn chưa thực sự đồng đều trong việc đem lại dịch vụ hoàn thiện cho du khách.

2.5. Đánh giá chung về chất lượng chương trình du lịch Đà Nẵng - Huế

2.5.1. Ưu điểm

Công ty Tadi Travel đã thành công trong việc thiết kế lịch trình làm tối ưu thời gian di chuyển giúp du khách tiết kiệm được thời gian và sức lực. Về việc lịch trình được thiện đúng cam kết ban đầu với khách, công ty đã xuất sắc dành được sự tin cậy khẳng định được mức độ uy tín của công ty. Đồng thời chương trình cũng đã kết hợp đa dạng các điểm đến và phân bổ thời gian khá hợp lý.

Công ty cũng rất chú trọng đến chất lượng dịch vụ vận chuyển. Các xe khi phục vụ khách hàng đều trong trạng thái sẵn sàng (trang thiết bị hiện đại, vệ sinh sạch sẽ, nước uống,...). Điều này giúp cho du khách được nghỉ ngơi và thư giãn trong suốt quá trình di chuyển.

Đối với dịch vụ lưu trú, công ty thành công trong việc lựa chọn kỹ lưỡng khách sạn có chất lượng phục vụ tốt đội ngũ nhân viên khách sạn có thái độ phục vụ chuyên nghiệp, thân thiện nhận đạt được đánh giá hài lòng cao trong lòng du khách. Đồng thời khách sạn cũng đảm bảo tốt về an ninh, an toàn cho du khách.

Đội ngũ hướng dẫn viên cũng thành công trong việc truyền đạt thông tin giúp du khách tiếp nhận được trọn vẹn kiến thức văn hóa, lịch sử. Các hướng dẫn viên tại công ty được chọn lọc, đào tạo kỹ càng do đó họ có nền tảng kiến thức vững vàng, am hiểu về những địa điểm trong chương trình.

Điểm mạnh nổi bật nhất trong dịch vụ ăn uống của tour là việc giới thiệu được những món ăn đặc trưng, nổi tiếng của địa phương đến với du khách. Công ty đã khéo léo lựa chọn những nhà hàng có thể mạnh về ẩm thực địa phương, giúp du khách không chỉ được thưởng thức các món ăn ngon mà còn được trải nghiệm văn hóa ẩm thực đặc sắc của từng vùng miền. Bên cạnh đó, thái độ phục vụ của nhân viên nhà hàng luôn thân thiện và chu đáo, sẵn sàng hỗ trợ khi du khách có nhu cầu.

2.5.2. Nhược điểm

Vấn đề về tạo cảm giác an toàn của du khách vẫn còn là một điểm cần cải thiện. Mặc dù đội ngũ lái xe có kỹ năng tốt, nhưng một số du khách vẫn cảm thấy chưa thực sự an tâm khi di chuyển. Việc tuân thủ lịch trình đôi khi còn chưa thật sự nghiêm túc. Có những trường hợp xe đến không đúng giờ hoặc không tuân thủ chặt chẽ lịch trình đã định. Mặc dù các khía cạnh của dịch vụ vận chuyển đều được thực hiện tốt, nhưng vẫn còn thiếu sự đồng đều. Một số yếu tố như việc đảm bảo an toàn và tuân thủ lịch trình cần được nâng cao để tạo nên một dịch vụ vận chuyển hoàn thiện, đáp ứng tốt hơn nữa kỳ vọng của du khách.

Dịch vụ ăn uống mặc dù có nhiều món ăn đặc trưng địa phương, nhưng tính đa dạng trong thực đơn vẫn còn hạn chế. Các bữa ăn đôi khi còn thiếu sự phong phú và linh hoạt để đáp ứng được khẩu vị đa dạng của du khách, đặc biệt là với những người có chế độ ăn đặc biệt hoặc du khách quốc tế. Sự phù hợp và đa dạng của thực đơn với khẩu vị của đa số khách hàng vẫn là một thách thức.

Cơ sở hạ tầng tại một số điểm tham quan còn chưa thực sự đáp ứng được nhu cầu của du khách như Ngũ Hành Sơn không có khu vực nghỉ chân, quầy nước trong quá trình tham quan. Các tiện ích cơ bản như nhà vệ sinh, khu vực nghỉ chân đôi khi chưa đảm bảo về mặt số lượng và chất lượng. Sự tương tác giữa du khách với cộng đồng địa phương tại các điểm tham quan còn hạn chế. Mặc dù nhân viên và người dân địa phương được đánh giá là thân thiện, nhưng chương trình còn thiếu những

hoạt động tương tác có tổ chức để du khách có thể giao lưu và tìm hiểu sâu hơn về đời sống văn hóa của người dân bản địa như ở Hội An.

Khả năng xử lý các tình huống phát sinh của một số hướng dẫn viên còn chưa thực sự linh hoạt và chuyên nghiệp. Khi gặp những vấn đề không mong muốn như thay đổi thời tiết, điều chỉnh lịch trình, hay xử lý các yêu cầu đặc biệt của du khách, một số hướng dẫn viên còn tỏ ra lúng túng trong việc đưa ra các giải pháp thích hợp. Việc tạo không khí sôi động và duy trì sự hứng thú của du khách trong suốt hành trình còn có những hạn chế. Đặc biệt trong những chặng di chuyển dài hoặc những thời điểm không có hoạt động tham quan, một số hướng dẫn viên chưa có những hoạt động tương tác hay những thông tin thú vị để thu hút sự chú ý của du khách.

Vấn đề về vị trí của một số khách sạn vẫn còn là điểm cần cải thiện. Mặc dù phần lớn các khách sạn được chọn có vị trí thuận tiện cho việc di chuyển và tham quan, nhưng vẫn có một số trường hợp khách sạn nằm ở vị trí chưa thực sự lý tưởng. Điều này có thể gây bất tiện cho du khách trong việc tự do khám phá địa phương vào buổi tối hoặc tốn thêm thời gian di chuyển đến các điểm tham quan. Mặc dù các phòng nghỉ được trang bị đầy đủ tiện nghi, nhưng vẫn có sự không đồng đều về chất lượng giữa các khách sạn tại các điểm đến khác nhau. Điều này có thể tạo ra những trải nghiệm không nhất quán cho du khách trong suốt hành trình.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH ĐÀ NẴNG - HUẾ 4 NGÀY 3 ĐÊM TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ DU LỊCH TADI

3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp

3.1.1. Định hướng phát triển

Du lịch hiện nay đang là ngành kinh tế tổng hợp, vì vậy mà để phát triển du lịch theo hướng bền vững và chuyên nghiệp đòi hỏi các cơ sở ban ngành, địa phương phải phối hợp nhịp nhàng trong việc rà soát biện pháp và thực hiện đúng mục tiêu. Tại Nghị quyết số 43-NQ/TW ngày 24/01/2019 của Bộ Chính trị về phát triển thành phố Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, Quyết định số 359/QĐ-TTg ngày 15/3/2021 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Điều chỉnh Quy hoạch chung thành phố Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 và các định hướng về phát triển du lịch của Trung ương phù hợp với quy hoạch thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn 2050. Theo đó, Đà Nẵng tập trung vào 12 định hướng phát triển lớn gồm định hướng không gian phát triển du lịch; định hướng phát triển kết cấu hạ tầng phục vụ du lịch; định hướng phát triển sản phẩm du lịch; định hướng phát triển thị trường du lịch; định hướng phát triển nguồn nhân lực; định hướng phát triển doanh nghiệp du lịch; định hướng phát triển nguồn lực đầu tư du lịch; định hướng về công tác xúc tiến và quảng bá du lịch; định hướng về liên kết, hợp tác phát triển du lịch; định hướng về chuyển đổi số; định hướng về quản lý rủi ro, thiên tai, dịch bệnh, xử lý khủng hoảng; định hướng về tổ chức và quản lý du lịch. Với những định hướng phát triển toàn diện như vậy, ngành du lịch Việt Nam chắc chắn sẽ phát triển mạnh mẽ góp phần vào tăng trưởng kinh tế cho nước nhà.

Thành phố cũng đang trong quá trình đẩy mạnh tiến độ các dự án đầu tư và phát triển du lịch cộng đồng địa phương, đẩy mạnh truyền thông để nâng cao thương hiệu du lịch trong và ngoài nước. Chú trọng vào các cơ sở hạ tầng tại những khu vực tập trung đông khách, xây dựng lộ trình phân loại rác, tái sử dụng năng lượng hướng tới thành phố xanh sạch đẹp, phát triển bền vững.

3.1.2. Mục tiêu phát triển

Dưới những định hướng phát triển mạnh mẽ của thành phố Đà Nẵng, công ty Tadi Travel cũng đặt ra mục tiêu phát triển cho bản thân trở thành một công ty có thể mạnh về chương trình miền Trung. Đặt ra chiến lược tập trung nâng cao chất lượng dịch vụ toàn diện nhằm mục tiêu đem đến cho khách hàng những trải nghiệm sâu sắc, ấn tượng.

Những sản phẩm du lịch của công ty hiện nay đang được phát triển chủ yếu vào các địa điểm văn hóa, lịch sử. Đồng thời cũng đa dạng với nhiều đối tượng khách khác nhau và công ty cũng rất kỹ lưỡng trong việc lựa chọn các dịch vụ lưu trú, ăn uống, các dịch vụ bổ sung phong phú nhằm đem đến cho khách hàng sự trải nghiệm toàn vẹn khi tham gia chương trình.

Công ty Tadi Travel cũng đang đẩy mạnh sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để quảng bá các chương trình du lịch nhằm duy trì nguồn khách nội địa và thu hút mạnh mẽ nguồn khách quốc tế đặc biệt là khu vực Châu Á. Chiến lược đang trong quá trình đẩy mạnh để tiếp cận được nhiều đối tượng khách và nâng cao độ nhận diện thương hiệu.

Đối với tài chính, công ty hướng tới mục tiêu tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận thông qua việc cải thiện chất lượng sản phẩm dịch vụ. Xây dựng chiến lược dài hạn để đảm bảo nguồn lực cho sự phát triển của công ty.

3.2. Một số giải pháp đề xuất nhằm nâng cao chất lượng chương trình du lịch

3.2.1. Điều chỉnh lịch trình du lịch

Để nâng cao chất lượng lịch trình của chương trình "Đà Nẵng - Huế", công ty có thể thực hiện một số giải pháp sau:

Đảm bảo cân bằng thời gian giữa các hoạt động tham quan, khám phá. Có thể cân nhắc phân loại những địa điểm trọng điểm cần nhiều thời gian để tham quan, chụp ảnh và điểm tham quan nhẹ dành ít thời gian hơn để dễ dàng linh hoạt. Ví dụ ngày đầu tiên của chương trình giảm thời gian ở Làng nghề Điêu Khắc Đá Non Nước và dành thời gian nhiều hơn ở Hội An.

Bổ sung các hoạt động trải nghiệm như tương tác văn hóa địa phương(làm đèn lồng tại Hội An, học làm đồ thủ công tại Bà Nà). Gợi ý thêm một số điểm đến

vào buổi tối tại Đà Nẵng cho du khách như chợ đêm, phố đi bộ,.. để du khách có nhiều sự lựa chọn trong quá trình khám phá tự do.

3.2.2. Cải thiện chất lượng dịch vụ lưu trú

Nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú trong chương trình “Đà Nẵng - Huế” của công ty Tadi Travel, ta có thể thực hiện một số giải pháp sau :

Cải thiện cơ sở vật chất, trang thiết bị của khách sạn. Thực hiện khảo sát những loại hình lưu trú mới nhằm đa dạng nơi ở cho du khách. Cần ưu tiên các cơ sở lưu trú sạn có không gian rộng rãi, thiết kế đẹp, màu sắc trang nhã có ý nghĩa văn hóa. Khu vực chung thiết kế có sảnh chờ, quán cà phê,...đạt chuẩn vệ sinh, tiện nghi và chất lượng dịch vụ. Mỗi phòng ngủ cần sạch sẽ và được trang bị đầy đủ tủ lạnh, thiết bị điện tử,.. luôn đảm bảo du khách ở trạng thái thoải mái.

Cải thiện vị trí khách sạn và những dịch vụ tiện ích, lựa chọn những khách sạn tại các vị trí trung tâm hoặc gần điểm tham quan nổi bật, trung tâm thương mại. Công ty có thể thực hiện hợp tác với các đối tác khách sạn tại những vị trí thuận tiện hơn, gần các điểm tham quan hoặc trung tâm thành phố để du khách dễ dàng tự do khám phá vào buổi tối và tiết kiệm thời gian di chuyển như Dragon View Riverfront Hotel, Palmier Hotel . Đồng thời lựa chọn hợp tác với những đơn vị khách sạn cung cấp các dịch vụ như bữa sáng, phòng tập thể dục, spa,... để du khách được thư giãn tái tạo năng lượng.

Nâng cao kỹ năng và tính linh hoạt của đội ngũ nhân viên khách sạn. Phối hợp với khách sạn để tổ chức những khóa đào tạo, trau dồi các kỹ năng về dịch vụ khách hàng, đặc biệt là khả năng xử lý tình huống và phục vụ các yêu cầu đột xuất của khách. Điều này sẽ giúp nhân viên tự tin và linh hoạt hơn trong việc đáp ứng mọi yêu cầu của du khách. Áp dụng các hình thức khen thưởng, ghi nhận những nhân viên có thành tích tốt trong phục vụ khách hàng, điều này giúp tạo động lực và tăng cường thái độ tích cực của đội ngũ nhân viên khách sạn.

3.2.3. Nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống

Để nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống trong chương trình “Đà Nẵng - Huế” công ty Tadi Travel có thể cân nhắc một số biện pháp sau :

Lựa chọn nhà hàng đạt chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm, phối hợp với bên cung cấp dịch vụ trao đổi xây dựng thực đơn phong phú hơn có nhiều sự lựa chọn hơn cho du khách. Vừa đảm bảo dinh dưỡng vừa giữ được nét văn hóa ẩm thực. Đồng thời điều chỉnh thực đơn hay khẩu vị theo từng đối tượng khách nếu cần để tối đa nhu cầu và sở thích của khách hàng.

Thúc đẩy trải nghiệm văn hóa thay vì buổi tối ở Huế ăn tại nhà hàng, công ty có thể cân nhắc cho du khách ăn tối trên sông Hương, điều này giúp du khách hiểu sâu hơn về văn hóa và phong tục của miền Trung Việt Nam và tạo điều kiện giao lưu gặp gỡ, trò chuyện với người dân địa phương.

Đề xuất nhà hàng nâng cao trình độ của nhân viên, thay vì chỉ phục vụ nhân viên có thể kết hợp giới thiệu văn hóa ẩm thực, tổ chức những khóa đào tạo về kiến thức ẩm thực địa phương để nhân viên tự tin trong việc giới thiệu cho du khách. Qua đó không chỉ giúp du khách trải nghiệm món ăn mà còn giúp du khách tăng hiểu biết về ẩm thực vùng miền.

Vị trí nhà hàng phải được lựa chọn ở những nơi thuận lợi di chuyển tới các điểm tham quan, có sự thay đổi giữa các nhà hàng như thay vì ở Đà Nẵng dùng bữa hai lần tại nhà hàng Nhà Bếp Chợ Hàn thì nên thay đổi một bữa tại một nhà hàng khác như nhà hàng Trúc Lâm Viên,... Không gian ưu tiên sạch sẽ, thoáng mát, thiết kế hiện đại hay mang đậm nét văn hóa Việt có tính thẩm mỹ nhằm đáp ứng nhu cầu chụp ảnh của du khách. Đề xuất phối hợp với nhà cung cấp xây dựng không gian yên tĩnh sau bữa ăn phù hợp để thư giãn, trò chuyện.

3.2.4. Nâng cao dịch vụ vận chuyển

Một số giải pháp nhằm nâng cao dịch vụ vận chuyển, công ty có thể cân nhắc như sau :

Công ty xây dựng các tiêu chí đánh giá tài xế như tác phong gọn gàng, thái độ thân thiện nghiêm túc trong quá trình lái xe, ưu tiên những tài xế đã có kinh nghiệm. Đặt ra yêu cầu đối với phía nhà cung cấp, ký kết rõ ràng trước khi hợp tác. Xây dựng phiếu đánh giá riêng cho dịch vụ vận chuyển nhằm ghi nhận đánh giá về chất lượng của nhà cung cấp mới từ đó cân nhắc hợp tác lâu dài.

Công ty ưu tiên hợp tác với các đơn vị xe đời mới, được bảo dưỡng định kỳ và trang bị đầy đủ các thiết bị an toàn nhằm đảm bảo sự thoải mái cho khách hàng. Một số đơn vị vận chuyển có uy tín trên địa bàn Đà Nẵng như Luxury Car Travel Đà Nẵng, Danang Transfer,...

3.2.5. Nâng cao hoạt động vui chơi giải trí

Để nâng cao chất lượng hoạt động vui chơi, giải trí cho chương trình du và tạo trải nghiệm toàn diện, Công ty có thể cân nhắc các giải pháp sau:

Cần phân bổ hợp lý giữa các hoạt động tham quan và vui chơi giải trí trong các ngày tour để tránh cảm giác quá tải. Ví dụ xen kẽ hoạt động thư giãn: Bổ sung các hoạt động nhẹ nhàng giữa những hoạt động tham quan di sản, chẳng hạn như thưởng trà, nghỉ ngơi trong không gian văn hóa truyền thống để du khách có thêm thời gian thư giãn và nạp năng lượng.

Phát triển hoạt động giải trí đêm, tổ chức show diễn văn hóa và chương trình giao lưu. Xây dựng các chương trình biểu diễn nghệ thuật dân gian hoặc nhạc cụ truyền thống tại các điểm dừng chân vào buổi tối như Hội An và Huế. Điều này không chỉ làm phong phú trải nghiệm mà còn giúp du khách cảm nhận sâu sắc hơn văn hóa địa phương.

Bổ sung các hoạt động giải trí mang tính giáo dục và trải nghiệm văn hóa, workshop văn hóa truyền thống: Tổ chức các hoạt động trải nghiệm như làm gốm Bát để du khách có cơ hội tiếp xúc trực tiếp với văn hóa và nghề truyền thống địa phương.

Đa dạng hóa các lựa chọn giải trí phù hợp với nhiều nhóm đối tượng, xây dựng các hoạt động linh động: Với các đoàn đa dạng về độ tuổi, tạo các hoạt động khác nhau như tham quan nhẹ nhàng cho khách lớn tuổi hoặc các hoạt động vui chơi an toàn, sáng tạo dành riêng cho trẻ em. Có thể cân nhắc tạo các tuyến trải nghiệm song song, cho phép du khách chọn hoạt động theo sở thích hoặc thể lực. Dịch vụ trông trẻ và hỗ trợ gia đình: Với gia đình có trẻ nhỏ, Công ty có thể cân nhắc bổ sung dịch vụ trông trẻ hoặc các hoạt động vui chơi riêng cho trẻ tại những điểm tham quan như Bà Nà hoặc Huế.

3.2.6. Phát triển đội ngũ hướng dẫn

Để nâng cao chất lượng chương trình “Đà Nẵng – Huế”, công ty cân nhắc một

số giải pháp cho dịch vụ hướng dẫn viên sau :

Tạo ra các buổi huấn luyện chuyên sâu về tác phong, thái độ khi làm việc đồng thời mô phỏng các tình huống phát sinh thường gặp (như thay đổi thời tiết, điều chỉnh lịch trình) để hướng dẫn viên có cơ hội thực hành kỹ năng xử lý vấn đề đồng thời cũng nâng cao thêm kỹ năng nghiệp vụ.

Khuyến khích hướng dẫn viên tích cực trau dồi tìm hiểu và áp dụng các hoạt động tương tác vui nhộn, như mini-game, các câu chuyện thú vị về điểm đến để thu hút du khách trong suốt chặng đường. Đối với các đoạn di chuyển dài hoặc thời gian chờ đợi, hướng dẫn viên có thể chia sẻ những câu chuyện văn hóa, lịch sử đặc sắc, tổ chức các trò chơi đơn giản để tạo không khí vui vẻ.

Tăng cường phối hợp giữa hướng dẫn viên và nhà cung cấp dịch vụ. Khi được nắm rõ quy trình tại từng điểm sẽ giúp hướng dẫn viên linh hoạt hơn trong việc sắp xếp lịch trình hợp lý với tình hình thực tế.

3.2.7. Nâng cao chất lượng điểm tham quan

Để nâng cao chất lượng điểm tham quan trong chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế”, tác giả đề xuất một số giải pháp như sau :

Đề xuất với ban quản lý mở ra một số lớp đào tạo, trao đổi kỹ năng giao tiếp với nhân dân địa phương và nhân viên để thuận lợi trong giao lưu với khách du lịch đặc biệt là khách nước ngoài nhằm góp phần tạo thiện cảm ấn tượng đối với điểm đến.

Điều chỉnh lịch trình linh hoạt, thời lượng tham quan phù hợp với tính chất của từng điểm đến như giảm thời gian hoặc bỏ bớt điểm Làng nghề điêu khắc tăng thời gian ở địa điểm Hội An, ưu tiên thời gian mua sắm tại chợ Đông Ba, thời gian tham quan tại Kinh Thành Huế. Việc này giúp du khách có cảm giác thoải mái, tăng khả năng tiếp thu thông tin tại mỗi địa điểm.

Khuyến khích tạo các hoạt động trải nghiệm như mặc trang phục truyền thống (đồ cung đình, áo dài,..) tại Kinh Thành Huế, làm đồ thủ công, đồ gốm tại Hội An,... nhằm tạo sự tương tác và tăng tính hấp dẫn. Giúp điểm đến trở nên ấn tượng và sâu sắc hơn đối với du khách.

3.2.9. Nâng cao chất lượng dịch vụ bổ sung

Dựa trên kết quả khảo sát, dịch vụ bổ sung được khách hàng đánh giá ở mức hài lòng không cao, do đó tác giả đưa ra một số giải pháp như sau :

Đề xuất các hoạt động bổ sung nhẹ nhàng như trải nghiệm làm đồ thủ công như gốm, đèn lồng ở Hội An; trải nghiệm văn hóa bản địa như thưởng thức nghệ thuật dân gian, mặc trang phục truyền thống ở Huế. Tại các điểm nghỉ dừng chân dài có thể cân nhắc lựa chọn các điểm có quầy cà phê đồ uống giải nhiệt, dịch vụ massage, trị liệu,.. điều này vừa giúp du khách có cảm giác thư giãn vừa giảm nhàm chán.

Đưa ra thêm nhiều dịch vụ bổ sung gợi ý cho du khách để họ có thể lựa chọn, giúp lịch trình trở nên đa dạng, hấp dẫn đồng thời gia tăng sự hài lòng đối với dịch vụ của công ty. Phối hợp góp ý thêm về nhân viên phục vụ ở những điểm dịch vụ bổ sung nhằm hoàn thiện được hiệu quả phục vụ.

Công ty cần nghiên cứu thêm về các đặc điểm tâm lý của từng đối tượng khách để thực hiện thiết kế các hoạt động vui chơi phù hợp. Khách Hàn Quốc có nhu cầu cao về trải nghiệm văn hóa địa phương, chụp ảnh, mua sắm,... vì vậy công ty có thể bổ sung các hoạt động thưởng thức trà cung đình Huế, làm gốm tại Hội An, ...

Tăng cường khảo sát và điều chỉnh dịch vụ theo phản hồi khách hàng, thu thập phản hồi khách hàng sau mỗi chặng dừng chân. Khuyến khích khách hàng đưa ra ý kiến về các hoạt động bổ sung hoặc dịch vụ giải trí trong suốt hành trình, từ đó đưa ra các điều chỉnh kịp thời nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ.

KẾT LUẬN

Thông qua việc hệ thống cơ sở lý luận, phân tích thực trạng và đề xuất các giải pháp, đề tài nghiên cứu đã góp phần làm sáng tỏ các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng chương trình du lịch “Đà Nẵng - Huế”.

Qua việc khảo sát và phân tích, kết quả cho thấy những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng từ chất lượng dịch vụ của công ty Tadi Travel là : lịch trình, dịch vụ vận chuyển, dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ bổ sung, dịch vụ hướng dẫn, điểm tham quan. Trong đó yếu tố dịch vụ lưu trú được đánh giá thấp nhất, đòi hỏi doanh nghiệp cần chú trọng hơn trong việc hợp tác với các nhà cung cấp nhằm đảm bảo trải nghiệm tốt nhất cho du khách. Kế tiếp cần đầu tư đào tạo nâng cao các kỹ năng đối với hướng dẫn viên để phục vụ du khách hiệu quả, đồng thời đa dạng các dịch vụ bổ sung để tăng thêm sự phong phú trong trải nghiệm của khách hàng.

Cuối cùng, dưới những kết quả đã nghiên cứu và những giải pháp được đưa ra, có thể thấy việc nâng cao chất lượng chương trình là một quá trình hết sức nỗ lực của doanh nghiệp từ việc đầu tư đến đổi mới liên tục. Một khi công ty Tadi Travel thực hiện các giải pháp được đề xuất một cách đồng bộ và hiệu quả thì công ty sẽ phát triển bền vững hơn trong tương lai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Hồng Chương, Nguyễn Văn Mạnh (2009). *Giáo trình Quản Trị Kinh Doanh Lữ Hành*. Đại học Kinh tế Quốc dân
2. Lê Thái Phụng (2024). *Giáo trình Quản trị chất lượng dịch vụ du lịch*. Nhà xuất bản Đà Nẵng.
3. Luật du lịch 2017.
4. Nguồn internet.
5. Phạm Xuân Hậu (2011). *Giáo trình Quản trị chất lượng dịch vụ du lịch*. Nhà xuất bản thống kê

PHỤ LỤC

PHIẾU KHẢO SÁT CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH "ĐÀ NẴNG HUẾ" 4N3Đ TẠI CÔNG TY TADI TRAVEL

Để nâng cao chất lượng dịch vụ và mang đến những trải nghiệm tốt nhất cho quý khách. Công ty Tadi Travel rất mong nhận được ý kiến đóng góp của quý khách về chất lượng dịch vụ chương trình "Đà Nẵng - Huế" 4N3Đ.

Kính mong Quý khách dành chút thời gian trả lời các câu hỏi bên dưới. Thông tin thu thập được chỉ sử dụng cho mục đích cải thiện dịch vụ.

Chúng tôi xin cảm ơn sự giúp đỡ của quý khách!

Phần 1 : Thông tin cá nhân

1. Giới tính

☐ Nam

☐ Nữ

2. Độ tuổi

☐ Từ 18 - 25 tuổi ☐ Từ 26 - 40 tuổi ☐ Trên 40 tuổi

3. Quý khách tham gia chương trình thông qua kênh thông tin nào ?

☐ Bạn bè/người thân

☐ Doanh nghiệp lữ hành

☐ Mạng xã hội

☐ Khác

Phần 2 : Nội dung khảo sát

Quý khách vui lòng chọn số tương ứng với đáp án phù hợp nhất cho từng nhận định dưới đây về chương trình "Đà Nẵng - Huế". Thang điểm đánh giá như sau :

1- Rất không hài lòng

2- Không hài lòng

3 - Bình thường

4 - Hài lòng

5 - Rất hài lòng

Yếu tố	1	2	3	4	5
I. Lịch trình					
1. Lịch trình được thiết kế phù hợp, tiết kiệm thời gian di chuyển					
2. Lịch trình có sự kết hợp giữa các hoạt động tham quan, trải nghiệm, nghỉ ngơi và thời gian tự do.					
3. Lịch trình phân bổ thời gian cho khách tham quan, khám phá các điểm đến hợp lý, thoải mái					
4. Lịch trình được thực hiện đúng như cam kết ban đầu					
II. Dịch vụ vận chuyển					
1. Xe luôn đến đúng giờ và di chuyển tuân thủ theo lịch trình..					
2. Xe luôn sạch sẽ, tạo sự thoải mái cho khách hàng					
3. Xe được trang bị đầy đủ tiện nghi (điều hòa, ghế ngồi thoải mái, wifi).					
4. Tài xế thân thiện với khách hàng và kỹ năng lái tốt tạo cảm giác an toàn.					
III. Dịch vụ lưu trú					
1. Không gian khách sạn yên tĩnh, đảm bảo nghỉ ngơi					
2. Phòng ngủ sạch sẽ được trang bị đầy đủ tiện nghi					
3. Vị trí của khách sạn thuận tiện cho việc di chuyển tham quan					
4. An toàn, an ninh được đảm bảo					
5. Nhân viên khách sạn thân thiện và hỗ trợ nhiệt tình					
IV. Dịch vụ ăn uống :					
1. Không gian nhà hàng sạch sẽ, thoáng mát					
2. Thực đơn món ăn đa dạng, có thay đổi giữa các bữa ăn					
3. Khách hàng được thưởng thức những món ăn đặc trưng, nổi tiếng địa phương					

Yếu tố	1	2	3	4	5
4. Chất lượng món ăn phù hợp với khẩu vị của đa số khách hàng					
V. Điểm tham quan					
1. Các điểm tham quan mang lại giá trị lịch sử, văn hóa cao					
2. Cơ sở hạ tầng tại các điểm tham quan tiện lợi và sạch sẽ					
3. Các điểm tham quan đảm bảo an ninh, an toàn cho du khách					
4. Nhân viên/người dân địa phương tại các điểm tham quan thân thiện, nhiệt tình					
VI. Hoạt động vui chơi, giải trí :					
1. Các hoạt động vui chơi, giải trí đa dạng và phù hợp với khách hàng					
2. Các hoạt động vui chơi, giải trí được tổ chức an toàn và chuyên nghiệp					
3. Các hoạt động vui chơi, giải trí có tính tương tác cao, mang lại trải nghiệm thú vị					
VII. Dịch vụ hướng dẫn :					
1. Hướng dẫn viên có ngoại ngữ tốt					
2. Hướng dẫn viên vui tính, nhiệt tình hỗ trợ khách					
3. Hướng dẫn viên có khả năng giao tiếp và truyền đạt thông tin rõ ràng, thu hút					
4. Hướng dẫn viên xử lý tốt các tình huống phát sinh trong chuyến đi					
5. Hướng dẫn viên có hiểu biết sâu về các điểm đến trong lịch trình					
VIII. Dịch vụ bổ sung :					
1. Danh sách các dịch vụ bổ sung phong phú, đa dạng					
2. Các hoạt động tùy chọn đa dạng, phù hợp với độ tuổi, sở thích, thể trạng của từng du khách					

Yếu tố	1	2	3	4	5
3. Chất lượng các dịch vụ bổ sung đáp ứng được kỳ vọng của quý khách					

타디 여행사의 "다낭-후에" 4일 3박 투어 프로그램 서비스 품질 조사

저희 타디 트래블은 서비스 품질을 향상시키고 소중한 고객 여러분께 최고의 경험을 제공하기 위해 4일 3박 "다낭 - 후에" 투어 프로그램에 대한 여러분의 소중한 의견을 진심으로 감사히 받겠습니다.

잠시 시간을 내어 아래 질문에 답변해 주시면 감사하겠습니다. 수집된 정보는 서비스 개선 목적으로만 사용됩니다.

도와주셔서 감사합니다!

파트 1: 개인 정보

1. 성별

☐ 남성

☐ 여성

2. 나이

☐ 18 - 25세

☐ 26 - 40세

☐ 40세 이상

3. 어떤 소통 채널을 통해 프로그램에 참여하셨습니까?

☐ 친구/친척

☐ 여행사업

☐ 소셜 네트워크

☐ 다른

파트 2: 설문조사 내용

"다낭-후에" 프로그램에 대한 아래 각 문항에 대해 가장 적절한 답변에 해당하는 번호를 선택해 주십시오. 평가 척도는 다음과 같습니다.

1 - 매우 불만족

2 - 불만족

3 - 보통

4 - 만족

5 - 매우 만족

요소	1	2	3	4	5
I. 일정					
1. 여행 일정이 잘 짜여 있어서 이동 시간을 절약할 수 있습니다.					
2. 이 여행 일정은 관광, 체험, 휴식 및 자유 시간을 모두 포함합니다.					
3. 여행 일정은 방문객들이 합리적이고 편안한 방식으로 목적지를 둘러볼 수 있도록 시간을 배분합니다.					
4. 일정은 처음 합의된 대로 정확하게 진행되었습니다.					
피드백:					
II. 운송 서비스					

요소	1	2	3	4	5
1. 차량은 항상 깨끗하게 유지되어 고객에게 편안한 경험을 제공합니다.					
2. 버스는 항상 정시에 도착하고 시간표를 준수합니다					
3. 차량에는 에어컨, 편안한 좌석, 와이파이 등 모든 편의 시설이 완비되어 있습니다.					
4. 운전자의 친절한 태도와 뛰어난 운전 실력은 고객에게 안전감을 선사합니다.					
III. 숙박 서비스					
1. 호텔은 조용한 분위기를 자랑하여 편안한 숙박을 보장합니다					
2. 침실은 깨끗하고 모든 시설이 완비되어 있습니다.					
3. 호텔 위치는 관광하기에 편리합니다					
4. 안전과 보안이 보장됩니다.					
5. 호텔 직원들은 친절하고 도움이 되었습니다.					
IV. 케이터링 서비스:					
1. 레스토랑 공간은 깨끗하고 쾌적합니다.					
2. 메뉴는 다양하며 식사마다 바뀝니다.					

요소	1	2	3	4	5
3.고객들은 대표적이고 유명한 지역 특선 요리를 즐길 수 있습니다.					
4. 음식의 질은 대부분의 고객들의 입맛에 맞습니다.					
V. 관광 명소					
1. 이곳의 관광 명소들은 역사적, 문화적으로 매우 높은 가치를 지니고 있습니다.					
2.관광 명소의 기반 시설은 편리하고 깨끗합니다.					
3.관광 명소는 방문객의 안전과 보안을 보장합니다					
4. 관광 명소의 직원/현지인들은 친절하고 열정적입니다.					
VI. 여가 활동					
1.고객을 위한 다양하고 적합한 레크리에이션 및 엔터테인먼트 활동					
2.레크리에이션 및 오락 활동은 안전하고 전문적으로 운영됩니다.					
3.흥미진진한 경험을 선사하는, 상호작용성이 뛰어난 레크리에이션 및 엔터테인먼트 활동.					
VII. 가이드 서비스 :					
1. 투어 가이드는 잘생기고 단정한 외모를 하고 있었다.					

요소	1	2	3	4	5
2. 투어 가이드는 친절하고 열정적으로 손님들을 도와주었습니다.					
3. 투어 가이드는 정보를 명확하고 흥미롭게 전달할 수 있습니다.					
4. 여행 가이드는 여행 중 예상치 못한 상황에 잘 대처했습니다.					
5. 투어 가이드는 여행 일정에 포함된 목적지에 대해 깊이 있는 지식을 가지고 있습니다.					
VIII. 부가서비스 :					
1. 다양한 추가 서비스가 제공됩니다.					
2. 직원들이 훌륭한 서비스를 제공했습니다.					
3. 저희 부가 서비스의 품질은 고객님의 기대에 부응합니다.					